

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**PROYECTO DE GRADO
IMPLEMENTACIÓN DE UN MEDIO RADIAL MUNICIPAL ENFOCADO EN
PROGRAMACIÓN COMUNITARIA, PARA EL MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS
DE MACHACA EN LA GESTIÓN 2015-2016**

Estudiantes: Brenda Elisa Mamani Saca
Neiza Virginia Chávez Choqueribe

Tutor: MSc. Lic. Alain Flores del Villar

**La Paz – Bolivia
2016**

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de grado titulado "Implementación de un medio radial Municipal enfocado en programación comunitaria, para el Municipio de San Andrés de Machaca en la gestión 2015-2016", se trabajó en el marco del desarrollo de una propuesta para la ejecución de una radio dirigida a mejorar los procesos de comunicación en sus habitantes. De esta manera promover la participación y organización de los/as comunarios/as, con respecto a los logros y actividades del Municipio de San Andrés de Machaca, para que sean ellos los que expongan ante la opinión pública su situación actual, intereses, necesidades y demandas.

El diagnóstico realizado en enero del 2015, está orientado por la investigación cualitativa y cuantitativa, haciendo uso de las técnicas: encuesta, entrevista en profundidad, análisis de datos y observación participante también fijando el estudio descriptivo. Se determinó la necesidad de una herramienta de comunicación e información que promueve la participación y organización de los habitantes de San Andrés de Machaca.

También se realizó la planificación estratégica del proyecto y la parte operativa que refleja tres fases: preparatoria, de ejecución y evaluación. La realización de la fase preparatoria y de ejecución se realizó mediante grupos focales, con la participación y aportes de los administrativos de la Alcaldía, Organizaciones Sociales, Centro de Salud y los estudiantes del Colegio.

Las fases expuestas permitieron desarrollar y estructurar los elementos y el contenido de la programación radiofónica. Además, se efectuó la evaluación en una emisión auditiva de la programación piloto, en inmediaciones de la Alcaldía con los representantes del Municipio que anteriormente participaron en los grupos focales, además para verificar su aceptación se realizó un cuestionario al finalizar la emisión piloto.

La propuesta comunicacional plantea que la implementación de una radio enfocada en programación comunitaria contribuirá en el desarrollo de la información, participación igualitaria y organización entre los/as comunarios/as, además de una adecuada comunicación interna dentro del Municipio.

INTRODUCCIÓN

Según la Constitución Política del Estado en el Art. 106, el Estado garantiza a las bolivianas y bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura alguna; en el Art. 107 indica que el Estado apoya la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.

De acuerdo a los artículos expuestos, el proyecto pretende optimizar el acceso a la comunicación, información y participación de los/as comunarios/as en San Andrés de Machaca, promoviendo la voz con democracia en comunidad.

Uno de los problemas identificados en el Municipio es la “desinformación de los habitantes con respecto a los servicios que brindan las instituciones”, lo que implica la poca participación en las actividades y logros de San Andrés de Machaca. En una entrevista realizada, a Macario Mamani Mamani¹ Alcalde del G.A.M.S.A.M.² en febrero de 2014, el mismo confirmó que no existe un medio de comunicación masivo que coadyuve a solucionar el problema de desinformación Municipal, a pesar de que los/as comunarios/as cuentan con señal televisiva y teléfonos móviles, dichos medios de difusión no son sostenibles económicamente, debido a que las tarifas telefónicas son elevadas y además adquirir un aparato de televisión es dificultoso por la distancia y el acceso a su comunidad. En el caso de la señal televisiva y radial, las emisiones no satisfacen los intereses de los/as comunarios/as, pues la información recibida esta fuera de contexto Municipal.

En sentido la Alcaldía delegó Mallku`s a cada comunidad para brindar información importante a los comunarios, respecto a los intereses del Municipio, tomando en cuenta las costumbres y tradiciones del lugar para sobrellevar esta problemática de desinformación Municipal, esto se pudo evidenciar en el resultado del pre diagnóstico realizado en abril del

¹“Desde la división que se dio en el Municipio para su futura fundación, se constató que el problema de la desinformación en las actividades del Gobierno Autónomo de San Andrés de Machaca hacia los comunarios, también sobre los logros con respecto a mi gestión, pues creemos que esto se debe a la falta de proyectos orientados a la información. Pues el P.O.A. designado al área comunicación se encuentra congelado ya hace varios años por este problema”. (Entrevista realizada el 20 – 02 -14).

²Gobierno Autónomo Municipal de San Andes de Machaca.

año 2014, en el cual se expone que el 74% de la población se informa a través de los Mallku`s, respecto a los problemas municipales y locales de San Andrés de Machaca.

En las entrevistas y el diagnóstico realizado se pudo identificar que San Andrés de Machaca requiere de un medio radiofónico que pueda mejorar los niveles de información con la participación de los/as comunarios/as y la organización dentro de la institución. Por lo tanto es importante un medio de comunicación como instrumento de trasmisión de la información, que aportara en el proceso comunicativo Municipal.

En este contexto la propuesta de instalar una radio Municipal enfocada en programación comunitaria, desde una perspectiva informativa, participativa y organizacional, permitirá orientar el trabajo del G.A.M.S.A.M., con el fin de fortalecer la participación activa de los habitantes en el Municipio.

Con la implementación de la radio y su programación comunitaria, se pretende mejorar la situación de los/as comunarios/as, instituciones, organizaciones sociales y autoridades, pues como indica Valdez O., “las radios comunitarias están orientadas a mantenerse como organizaciones sin ánimo de lucro, con el imperativo de funcionar y desarrollar proyectos sociales viables y sostenibles, ejecutando actividades sociales, culturales e institucionales. Estos medios de comunicación radican en gestionar nuevas relaciones con los sectores en la comunidad e impulsar la discusión pública sobre el desarrollo Municipal, entre otros”³.

En tal sentido, las acciones sociales de la radio comunitaria se han centrado en mantener vigente un escenario comunicativo donde se extiendan voces, intereses y expectativas de la vida local. Asimismo tiene la capacidad de gestionar el acercamiento y la participación de la población en su contexto Municipal.

La radio comunitaria en el Municipio de San Andrés de Machaca desarrollará una tarea comunicacional alternativa a las prácticas históricas, ya que se orientará en el acontecer social. La radio comunitaria definida como “la participación y diálogo fecundo, que permite en los sectores populares, la posibilidad de compartir experiencias y aspiraciones, el

³Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Editorial Kipus, p. 80.

intercambio sociocultural y político”.⁴De acuerdo a estas perspectivas el proyecto se desarrolló en seis capítulos:

En el primer capítulo se expone la delimitación de la situación problemática, en el que se establece los diferentes puntos como: antecedentes, planteamiento de la situación problemática, justificación donde se expone la relevancia de la intervención comunicacional, los objetivos, el enfoque metodológico utilizado y la delimitación de estudio.

El segundo capítulo describe el marco teórico conceptual, en el que están incorporados todos los conceptos que sustentan la base teórica del Proyecto de Grado, estos se basan en el área de comunicación radiofónica, información, comunicación participativa y organizacional, además se identificó el medio de comunicación adecuado a las necesidades, demandas e intereses de los habitantes de las comunidades del Municipio de San Andrés de Machaca.

El tercer capítulo está conformado por el marco referencial, orientado a conocer al Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca, en el cual se describe su marco institucional, misión, visión, objetivos y otros aspectos del Municipio.

En el cuarto capítulo se desarrolla la metodología que determinó la intervención del método cuantitativo - cualitativo y las técnicas: encuesta, entrevista en profundidad, análisis de datos y la observación participante, para desarrollar el diagnóstico descriptivo e interpretativo.

El quinto capítulo plantea la propuesta comunicacional, la misma detalla el desarrollo de la propuesta “implementación de una radio Municipal enfocada en programación comunitaria, como medio para coadyuvar a la información, participación y organización de los habitantes del Municipio.”, la descripción, ingeniería, la finalidad, los objetivos y las metas que aportaron a visibilizar la sostenibilidad y los alcances del proyecto.

⁴Ayma, Donato. (1990)*Comunicación Alternativa, la otra Comunicación Distinta*. La Paz-Bolivia.

El capítulo seis detalla la puesta en práctica de la planificación estratégica y operativa del proyecto, que consta de cuatro fases: preparatoria, de ejecución de la prueba piloto, evaluación y seguimiento, además de la descripción de los resultados.

El trabajo se complementa con conclusiones y recomendaciones, bibliografía general y los anexos oportunos como soporte del contenido, donde se encuentran los guiones de la programación piloto y su grabación en DVD, además de la proforma de equipos radiales para la "Implementación de una radio Municipal enfocada en programación comunitaria, para el Municipio de San Andrés de Machaca en la gestión 2015-2016".

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a nuestras familias quienes brindaron su apoyo incondicional, amor y comprensión en cada momento por lo que agradecemos de todo corazón.

AGRADECIMIENTOS

“Por medio de estas líneas queremos expresar nuestro agradecimiento a la Honorable Alcaldía Municipal de San Andrés de Machaca por habernos brindado un espacio de trabajo en su comunidad.

El agradecimiento también va a nuestras familias por el apoyo y el esfuerzo realizado en nuestros estudios, de ser así no hubiese sido posible el avance del proyecto, ya que nos brindaron fortaleza necesaria para seguir adelante”.

Deseamos expresar nuestros agradecimientos a la Carrera Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales Universidad Mayor de San Andrés, a los señores docentes por sus conocimientos impartidos en la carrera, a quienes debemos nuestra formación profesional.

Al tutor MSc. Lic. Alain Flores del Billar quien dedicó su tiempo a guiar y orientar el desarrollo del presente trabajo.

Al Ing. Rolando Luna Fabio, Oficial Técnico de Obras del Municipio de San Andrés de Machaca quien aportó con su tiempo y sus aportes para la aceptación y ejecución del proyecto.

De la misma manera al tribunal examinador por sus sugerencias y correcciones:

A la Lic. Jhannet Daza, quien de manera incondicional y en su calidad de tribunal examinador facilitó aportes muy importantes y pertinentes en la elaboración del presente documento.

Al Lic. Gonzalo Leonardini Marin, quien en su calidad de tribunal examinador aportó sugerencias acertadas en el documento final.

Al señor bibliotecario Lic. Mario Ticona, por su apoyo y amistad desinteresada, además de proporcionarnos los libros adecuados para el desarrollo del proyecto.

A todos ellos Muchas Gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

SITUACION PROBLEMÁTICA

1.1. Antecedentes	1
1.2. Descripción de la situación problema	2
1.3. Problema principal	4
1.4. Justificación	4
1.5. Objetivos	9
1.5.1. Objetivo general	9
1.5.2. Objetivos específicos	9
1.6. Enfoque metodológico	10
1.6.1. Método cuantitativo	10
1.6.1.1. Técnicas	10
1.6.1.2. La encuesta	10
1.6.2. Método cualitativo	14
1.6.2.1. Técnicas	14
1.6.2.2. Entrevista en profundidad	14
1.6.2.3. Análisis de datos	14
1.6.2.4. Observación participante	15
1.7. Área temática	15
1.7.1. Comunicación radiofónica	15
1.7.2. Radio Municipal	16
1.7.3. Radio comunitaria	17
1.7.4. La información	18
1.7.5. Comunicación participativa	18
1.7.6. Comunicación organizacional	19
1.8. Localización geográfica	20
1.9. Beneficiarios del proyecto	20

CAPITULO II
MARCO TEORICO CONCEPTUAL

2.1. Diseño comunicacional	22
2.2. La comunicación para la intervención	23
2.3. Comunicación participativa	24
2.4. Comunicación horizontal	27
2.5. Comunicación organizacional	28
2.5.1. Comunicación interna	29
2.5.2. Comunicación externa	30
2.5.3. Pilares de las relaciones comunicativas en la organización	31
2.5.3.1. La Acción comunicativa	31
2.5.3.2. Competencias del comunicador en las organizaciones	33
2.6. La información	34
2.6.1. Información radiofónica	35
2.6.2. Información y comunicación	36
2.6.3. Información y democracia	36
2.7. Medios masivos de información	37
2.7.1. El periódico	37
2.7.2. La radio	38
2.7.3. La televisión	38
2.7.4. Multimedia	38
2.8. La radio	38
2.8.1. Lenguaje radiofónico	39
2.8.2. Elementos del lenguaje	40
2.8.3. Producción radiofónica	40
2.8.4. Géneros y formatos	41
2.8.5. Pequeños formatos	43
2.9. Radio Municipal	43
2.10. La radio comunitaria	44

2.10.1. Desafío de la radio comunitaria	44
2.10.2. Compromisos de la radio comunitaria	45
2.10.3. Características de la radio comunitaria	46
2.10.4. La radio comunitaria, frente a la radio comercial	48

CAPITULO III

MARCO REFERENCIAL

3.1. Gobierno Autónomo de San Andrés de Machaca	50
3.1.1. Base cultural de la población	52
3.1.2. Idiomas	53
3.1.3. Población urbana y rural	53
3.1.4. Población por grupo etario	54
3.2. Objetivos del Gobierno Autónomo de San Andrés de Machaca	55
3.3. Visión Municipal	56
3.4. Misión Municipal	57

CAPITULO IV

DIAGNOSTICOS

4.1. Aplicación de técnicas e instrumentos	59
4.1.1. Encuesta para hallar la problemática	59
4.1.2. Entrevista en profundidad	67
4.2. Encuesta para conocer la frecuencia del público oyente	70
4.3. Conclusiones del diagnóstico	75

CAPITULO V

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1. Aspectos generales	77
5.2. Descripción del proyecto	78
5.3. Ingeniería del proyecto	78

5.3.1. Personal básico de planta	79
5.4. Finalidad del proyecto	80
5.5. Objetivo del proyecto	81
5.6. Metas del proyecto	81
5.6.1. Corto plazo	81
5.6.2. Largo plazo	81
5.7. Desarrollo de la propuesta	81
5.7.1. Fase preparatoria	81
5.7.1.1. Elementos de la radio	82
5.7.1.2. Contenido de programas radiales	86
5.7.1.3. Producción de programas radiofónicos	87
5.7.1.4. Estructura de la programación radial	90
5.7.1.5. Finalidad de la radio en San Andrés de Machaca	91
5.7.1.6. Beneficiarios de los programas radiales	92

CAPITULO VI

PROPUESTA DE EJECUCIÓN E INDICADORES DE EVALUACIÓN

6.1. Planificación estratégica del proyecto	93
6.1.1. Fase preparatoria	97
6.1.2. Fase de ejecución	98
6.1.3. Fase de evaluación y seguimiento	99
6.2. Fase de ejecución de la prueba piloto	100
6.2.1. Resultados de la prueba piloto	104
6.2.2. Fase de evaluación y seguimiento de la prueba piloto	105
6.2.2.1. Pre - evaluación	105
6.2.2.2. Evaluación	106
6.3. Descripción de los resultados	108
6.4. Viabilidad financiera	109
6.4.1. Presupuesto de ingresos	110

6.4.2. Presupuesto del equipo radial	110
6.4.3. Presupuesto de muebles	111
6.4.4. Presupuesto para el material de escritorio	111
6.4.5. Presupuesto de sueldos	112
6.5. Conclusiones	112
CONCLUSIONES GENERALES	114
RECOMENDACIONES	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICOS: MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL Y METODOLÓGICO

GRÁFICO 1: Municipio de San Andrés de Machaca “límites territoriales”

GRÁFICO 2: Municipio de San Andrés de Machaca

GRÁFICO 3: Proceso comunicacional orientado al contexto Municipal

GRÁFICO 4: Comunicación Horizontal

GRÁFICO 5: Comunicación Organizacional

GRÁFICO 6: Comunicación externa y comunicación interna

GRÁFICO 7: El organigrama del Municipio San Andrés de Machaca

GRÁFICO 8: Autoridades Originarias de San Andrés de Machaca

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

I PERFIL DEL ENTREVISTADO

GRÁFICO 9

GRÁFICO 10

GRÁFICO 11

II CARACTERÍSTICAS DESDE SU INFORMACIÓN

GRÁFICO 12

GRÁFICO 13

III INFORMACIÓN ADQUIRIDA

GRÁFICO 14

GRÁFICO 15

IV PROPUESTA DE UNA MEJOR INFORMACIÓN

GRÁFICO 16

GRÁFICO 17

GRÁFICO 18

GRÁFICO 19

GRÁFICO 20: Expo feria “C.A.M.E.L.S.A.M”

ENCUESTA PARA CONOCER LA FRECUENCIA DEL PÚBLICO OYENTE

GRÁFICO 21

GRÁFICO 22

GRÁFICO 23

GRÁFICO 24

GRÁFICO 25

GRÁFICO 26

GRÁFICO 27

GRÁFICO 28

GRÁFICO 29

GRÁFICO: ESTRATÉGIA COMUNICACIONAL

GRÁFICO 30: Estrategia comunicacional

GRÁFICO: PROPUESTA COMUNICACIONAL

GRÁFICO 31: Propuesta Comunicacional

GRÁFICO: DISEÑO COMUNICACIONAL

GRÁFICO 32: Presentación del esquema del guión

GRÁFICO: EVALUACIÓN

GRÁFICO 33: Presentación de esquema del guion

GRÁFICO: EJECUCIÓN DE LA PRUEBA PITOLOTO

GRÁFICO 34: Ejecución de la prueba piloto

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Comunidades del Municipio de San Andrés de Machaca

CUADRO 2: Teoría Comunicacional

CUADRO 3: Comparación de estrategias: modelo de difusión y modelo de participación

CUADRO 4: Formatos de la comunicación organizacional

CUADRO 5: Clasificación de géneros radiofónicos

CUADRO 6: Clasificación de formatos radiofónicos

CUADRO 7: Clasificación de pequeños formatos

CUADRO 8: Población por grupo etario y sexo según censo 2001 – 2011

CUADRO: ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN RADIAL

CUADRO 9: Guión de programación para la prueba piloto

CUADRO 10: Guión de programación para la prueba piloto

CUADRO: PROPUESTA COMUNICACIONAL

CUADRO 11: Guión de planificación para prueba piloto mañana

CUADRO 12: Guion de planificación para prueba piloto tarde

CUADRO 13: Anuncios publicitarios

CUADRO 14: Presupuesto de ingresos de la radio

CUADRO 15: Presupuesto de equipos radiales

CUADRO 16: Lista de muebles

CUADRO 17: Material de escritorio

CUADRO 18: Presupuesto de sueldos

CAPÍTULO I

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

1.1. Antecedentes

El Municipio de San Andrés de Machaca fue fundado durante el Gobierno de Jorge Quiroga Ramírez, de acuerdo a la Ley 2350 del 7 de mayo de 2002, sancionada por el Honorable Congreso Nacional que en su artículo primero decreta: “Crease la Quinta Sección de la Provincia Ingavi del departamento de La Paz con capital en la localidad de San Andrés de Machaca; comprendiendo dentro de su jurisdicción los siguientes Cantones: Villa Artasivi, Laquinamaya, Nazacara, Sombrapata, Villa Pusuma, Conchacollo, Mauri, Chuncarcota y San Andrés de Machaca⁹”.

En un principio, la provincia Ingavi, en 1968, nació con cuatro secciones Municipales: Viacha, Guaqui, Tiwanacu y Desaguadero. Más adelante, en 2004, dicha provincia añadirá tres secciones Municipales más, entre las que se encuentran: La quinta sección de San Andrés de Machaca, la sexta sección de Jesús de Machaca, la séptima sección Taraco. A partir de esta última división se tiene la fundación del Municipio de San Andrés de Machaca llegando a constituirse en un Municipio autónomo.

Inicialmente, el Municipio de San Andrés de Machaca surgió como parte territorial de Viacha, sin embargo, por la larga distancia a la capital, decidió separarse de su Municipio de origen y nació, así, como un Municipio nuevo, lo que permitió a sus nuevas autoridades mejorar la atención de sus comunidades y desarrollar su lucha por mejores días para su población, pero a la vez implicó un problema de desinformación interna. Al momento que el nuevo Municipio empezó a consolidarse, esta separación ocasionó un problema de desinformación interna en: las actividades, logros y obras del Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca (G.A.M.S.A.M.), y ésta conllevó a una desinformación externa, porque si no existe una buena comunicación

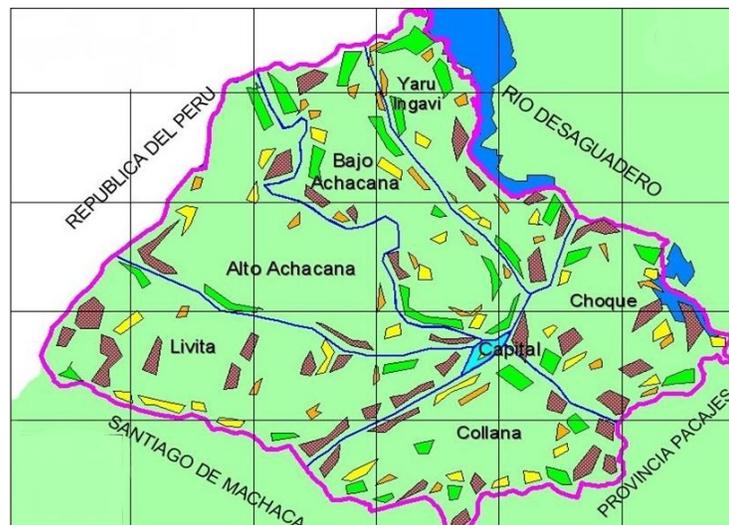
⁹ Plan de Desarrollo Municipal San Andrés de Machaca 2012 - 2016

entre funcionarios y representantes del Municipio, no habrá una información fidedigna a la comunidad.

1.2 Descripción de la situación problema

San Andrés de Machaca cuenta con “6.299 habitantes, que comprenden las 52 comunidades de la quinta sección de la provincia Ingavi”¹⁰. El Municipio se encuentra aproximadamente a 108 kilómetros de distancia de la ciudad de La Paz y tiene los siguientes límites territoriales: “al este, con el Municipio Jesús de Machaca, Municipio Caquiaviri; oeste, con el Municipio Santiago de Machaca, República del Perú; norte, con Jesús de Machaca, República del Perú, Desaguadero; sur, con Santiago de Machaca, Municipio de Caquiaviri”¹¹.

GRÁFICO 1: Municipio de San Andrés de Machaca “Límites territoriales”



FUENTE: PDM 2012-2016

El Municipio de San Andrés de Machaca, “cuenta con una extensión aproximada de 1.575.91 Km². que equivale a 157.591.10 hectáreas”¹²; dato que fue obtenido de

¹⁰ Instituto Nacional de Estadística 2011

¹¹ Plan de Desarrollo Municipal San Andrés de Machaca 2012 - 2016

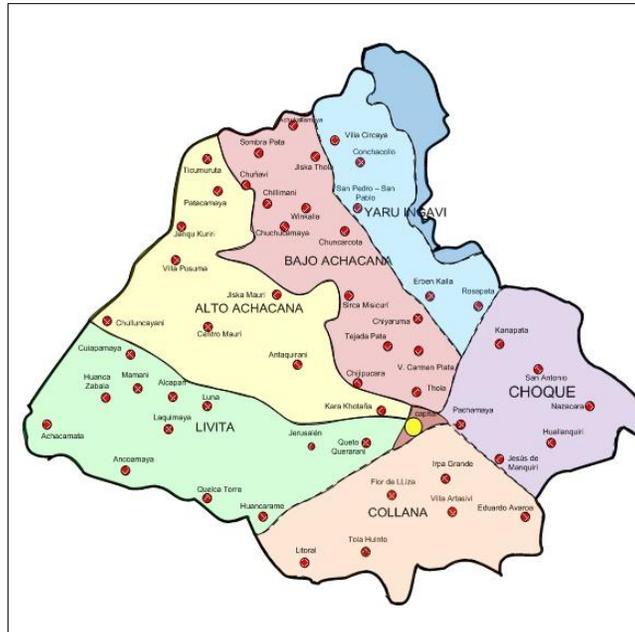
¹² Plan de Desarrollo Municipal San Andrés de Machaca 2012 - 2016

acuerdo a los puntos geo-referenciales del Instituto Geográfico Militar¹³ (IGM.), debido a estas distancias se ha podido identificar algunos problemas:

- La información en las comunidades sobre las actividades Municipales es insuficiente, a pesar de que existen señales televisivas, radiales y telefónicas.
- El Mallku encargado de informar a los pobladores sobre las actividades que se desarrollan en el Municipio, no cumple con esta función de forma eficaz.
- Las instituciones y organizaciones públicas, privadas y de convenio que se encuentran en el Municipio no poseen suficientes medios de difusión.
- El Municipio de San Andrés de Machaca no cuenta con una estrategia comunicacional, para estimular la participación y la fiscalización de la comunidad en las actividades administrativas, económicas, sociales, de proyectos en desarrollo que beneficien a los pobladores.
- La Alcaldía carece de medios de información propios para difundir las diferentes actividades que se desarrolla en el Municipio.
- La distancia entre comunidades y el número de pobladores es alta, y es por eso que no siempre llega la información a todos, debido a que los transportes vehiculares solo ingresan a las comunidades dos veces por semana, los días de feria y los fines de semana.

¹³Instituto Geográfico Militar: Institución pública eficiente y reconocida por la sociedad para la producción y generación de cartografía; base del desarrollo nacional en todas sus escalas y aplicaciones empleando la tecnología, experiencia y capacidad instalada con la que cuentan.

GRÁFICO 2: Municipio de San Andrés de Machaca



FUENTE: PDM 2012-2016

1.3. Problema principal

¿De qué manera la implementación de un medio radiofónico Municipal enfocado en programación comunitaria, cooperará a mejorar la información, participación y organización de las comunidades, con respecto al contexto de San Andrés Machaca?

1.4. Justificación

El proyecto impulsará la integración y la democracia con la radio comunitaria. En esta época del internet, una pequeña radio comunitaria puede parecer pasada de moda como medio de comunicación. Sin embargo, para los pueblos indígenas, el bajo costo de una radio comunitaria la hace una herramienta ideal para defender sus culturas, sus tierras, sus recursos naturales y sus derechos. Incluso, en las comunidades rurales sin electricidad, muchos pueden acceder a una radio que funciona con pilas. La radio es el medio preferido en varias áreas rurales sin otra forma de comunicación. La radio es una gran fuente de noticias, basada en la información y el entretenimiento.

Por otra parte, San Andrés de Machaca expone ciertos problemas por la falta de un medio radial, los cuales se han establecido a partir de entrevistas y encuestas a los habitantes del Municipio:

- Conflicto en cuanto al cobro de la renta dignidad, bono Juancito Pinto y Juana Azurduy.
- Suspensión de ferias por la poca afluencia de comunarios
- Las campañas de salud no tienen el impacto esperado por la mínima asistencia de comunarios.
- Falencias en la difusión de gestiones que realiza la Alcaldía.

Ante la falta de un medio de comunicación que conlleva a la problemática de desinformación en el Municipio, se ha tomado en cuenta la opinión del Honorable Alcalde de San Andrés de Machaca, Macario Mamani Mamani, quien señala: “es fundamental solucionar la problemática de desinformación, simultáneamente promover y facilitar el fortalecimiento de la capacidad comunicativa e informativa de los habitantes de las 52 comunidades del Municipio”¹⁴. La propuesta de implementación de un medio radiofónico Municipal, con enfoque comunitario, promoverá la construcción de espacios de participación y movilización, a través de estrategias comunicacionales y programas radiales que permitirán a los habitantes estar más involucrados en su contexto social.

Con esta propuesta se concluye que el proyecto es viable y factible porque responderá a las necesidades y demandas de los habitantes de sus 52 comunidades. Por lo tanto, se consideró la implementación de la radio, como estrategia comunicacional que se adecuará a las necesidades del Municipio. Este proyecto comunicacional será respaldado económicamente con el Programa Operativo Anual 2016.

¹⁴Entrevista efectuada al Alcalde del Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca, 20-02-2014.

CUADRO 1: Comunidades del Municipio de San Andrés de Machaca.

52 COMUNIDADES DE SAN ANDRÉS DE MACHACA						
AYLLU COLLANA	AYLLU LEVITA	AYLLU CHOQUE	AYLLU ALTO ACHACANA	AYLLU BAJO ACHACANA	AYLLU YARU INGAVI	CAPITAL SAN ANDRES DE MACHACA
Villa Artasivi	Laquinamaya	Nazacara	Villa Pusuma	Chuncarcota	Conchacollo	San Andrés de Machaca
Eduardo Abaroa	Jerusalén	Kanapata	JiskaMauri	Chuchucamaya	Rosapata	
Irpa Grande	QuetoQuerarani	San Antonio	Patacamaya (central)	Tejada Pata	San Pedro - San Pablo	
Tola Huinto	Huancarama	Jesus de Manquiri	Janq`uujakiKurini	Villa Carmen Plata	Villa Circaya	
Flor de Iliza	Ancoamaya	Huallanquiri	Chulluncayani	Chiyaruma	ErbenKalla	
Litoral (jawija, paqillqa, kalacala)	Cuipamaya	Pachamaya	Ticumuruta	WinKalla		
	Achamacata		Centro Mauri	Sirca Misicuri		
	Luna		Antaquerani	Sombrapata		
	Huanca Zabala		Kara Khotaña	Chijipucara		
	Alcapari			JiskaThola		
	Quelca Torre			Chilimani		
	Mamani			Chuñavi		
				Achocallamaya		
				Challaquenta		

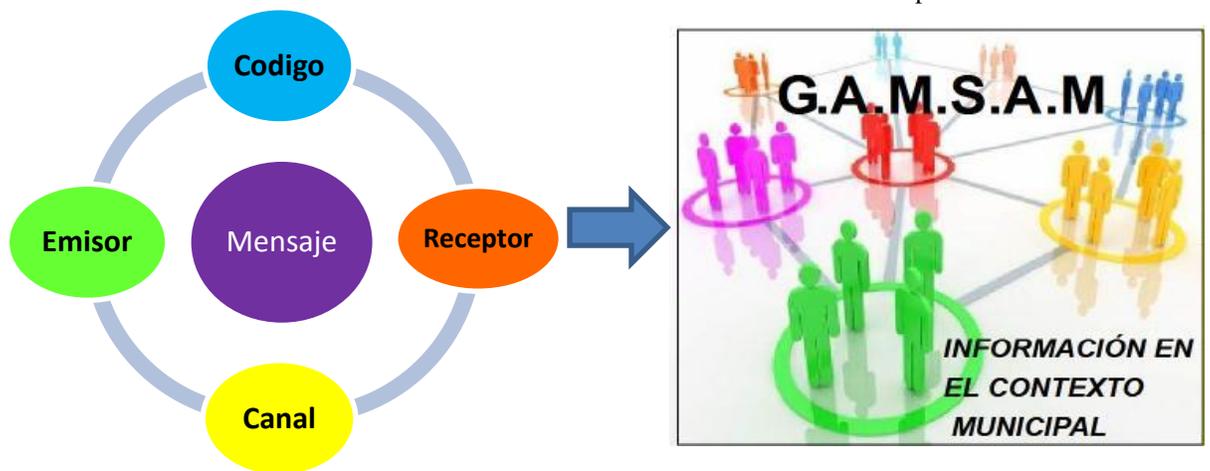
Fuente: PDM de San Andrés de Machaca (2012 - 2016)

Esta implementación contribuirá a una mejor información, participación y organización, la cual se constituirá en una herramienta dirigida a mejorar la información de los habitantes, con respecto al crecimiento de su comunidad, solucionando parte de la

problemática comunicacional, debido a que el trabajo de las instituciones gubernamentales es: “ofrecer a las comunidades de su Municipio un buen servicio, a través de una administración pública con eficiencia, eficacia, economía, pertinencia, sensible y cercana a sus habitantes; privilegiando en todo momento la participación de todos”¹⁵.

De acuerdo a este panorama, resulta importante el aporte del proyecto, ya que pretende solucionar a este problema desde las Ciencias de la Comunicación Social, que contribuirá a una mejor información, participación y organización institucional, así mismo brindará beneficios, en cuanto a información se refiere, a los habitantes de las comunidades más alejadas que no pueden asistir a los diversos acontecimientos de la coyuntura Municipal. También la propuesta pretende que los habitantes de las comunidades se interesen en los problemas que surgen en su entorno, por ejemplo como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 3: Proceso comunicacional orientado al contexto Municipal



FUENTE: Elaboración propia

FUENTE: Elaboración propia

La radio Municipal con enfoque comunitario servirá a los intereses del Municipio San Andrés de Machaca de manera particular y se puede indicar otras experiencias de este

¹⁵ Plan de Desarrollo Municipal “San Andrés de Machaca” 2012 - 2016

tipo en Gobiernos locales y con emisoras como: Radio Municipal (Caranavi- La Paz), Coroico- La Paz, Huanuni- Oruro, Uncía- Potosí, entre otros.

Otras experiencias que trabajan con radios comunitarias similares a este proyecto, según Valdés O.¹⁶ por ejemplo está: “La red satelital de radios comunitarias en Bolivia dirigida desde Cochabamba por radio C.E.P.R.A, (Centro de Educación y Producción Radiofónica) que se fundó, oficialmente, el 10 de marzo del 2006, en un encuentro efectuado en Cochabamba donde participaron comunicadores de 25 radios comunitarias. En la actualidad son 79 afiliadas a la red y continua creciendo, entre ellas están: Encuentro de Sucre, Sur de Potosí, La Voz del Minero de Siglo XX, Uncía de Uncía, Nacional de Huanuni, Red ADA de La Paz, Pachacamasa de El Alto, San Pedro de Tiahuanacu, Doble 8 de Pando, Trilogía de Santa Cruz y muchas otras que se siguen sumando a la red satelital de radios comunitarias en Bolivia, todas ellas comandadas por radio CEPRA desde Cochabamba”.

En este contexto la radio como medio masivo es considerada como una herramienta de información y difusión, donde la misma comunidad puede participar y con voz propia brindar una opinión según: su situación, intereses, necesidades y esperanzas. Para este fin, las gobernaciones desarrollan un espacio de información y participación organizada.

Según esta perspectiva, los espacios de información, participación y organización dentro de San Andrés de Machaca necesitan ser fortalecidos con un medio de comunicación. El presente proyecto de grado, ha encontrado la disponibilidad y accesibilidad para desarrollar una herramienta comunicacional que fortalezca al Municipio.

La implementación del proyecto permitirá: registrar, transmitir de forma adecuada y sistemática la información. Sebuscacrear un ambiente de organización interna entre los

¹⁶Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit.Kipus, p. 78.

administrativos de la Alcaldía y la comunidad, para así generar un ambiente de diálogo y participación entre ambas partes.

La radio Municipal con enfoque comunitario, tiene la tarea de brindar información, participación y organización, esto con la propuesta de programación radial, la cual generará un ambiente agradable para que la comunidad, las instituciones públicas y administrativos de la Alcaldía se interesen en manifestar sus preocupaciones, sueños, logros e intereses del Gobierno local.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Elaborar una propuesta de implementación de un medio radiofónico Municipal enfocado en programación comunitaria para el Municipio de San Andrés de Machaca en la gestión 2015-2016.

1.5.2 Objetivos específicos

- 1.** Conocer las necesidades y demandas de la audiencia en San Andrés de Machaca con respecto a la implementación y programación radial.
- 2.** Estructurar el contenido adecuado para el diseño de programas radiales orientados en la coyuntura Municipal
- 3.** Involucrar a la comunidad en la elaboración de la programación radial.
- 4.** Determinar el presupuesto para la implementación de la radiodifusora, los recursos humanos y el espacio en el que se desarrollara la misma.

1.6. Enfoque metodológico

El presente proyecto de grado tiene como enfoque metodológico los métodos cualitativo y cuantitativo.

De acuerdo a los hermanos Moreno, “el diseño metodológico de este proyecto de grado es transversal y descriptivo”¹⁷. Transversal porque las encuestas se realizaron en un tiempo único es decir, en el mes de enero 2015. Y descriptivo porque se describió y detalló las características de un hecho presente, luego se planteó y diseñó la estrategia comunicacional orientada a una mejor información y participación de los habitantes del Municipio de San Andrés de Machaca.

1.6.1. Método cuantitativo

Se utilizó el método cuantitativo para recabarla información a través de técnicas e instrumentos y los mismos se graficaron a través de resultados estadísticos, para obtener con mayor exactitud. De esta manera, Portugal R. considera que lo cuantitativo permite la recolección de datos del objeto de estudio a través de la medición y codificación, este método busca “un conocimiento sistemático, comprobable, además considera que la realidad es observable, medible y cuantificable”¹⁸.

1.6.1.1. Técnicas

1.6.1.2. La encuesta

Se buscó recolectar datos por medio de una encuesta pre-diseñada sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación. Los datos se obtuvieron a partir de la elaboración de un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa de la población. Como lo afirma Cerda H., “caracterizar un fenómeno o situación concreta,

¹⁷Moreno, A. & I. (2009). *Investigación Social*. La Paz- Bolivia: Ed. Primera, Edit. Cameo, pp. 42-44

¹⁸Portugal, R. *Introducción a la Investigación*, La Paz- Bolivia, Doc., fotocopia

indicando sus rasgos más peculiares o diferenciales, pero a nivel masivo o en un colectivo determinado”¹⁹.

a) **Estructura de la encuesta:** Se elaboró una “encuesta estructurada”²⁰ para la recolección de datos de forma ordenada:

Dos hojas tamaño carta, comprenden preguntas abiertas y cerradas con varias alternativas de respuesta, divididas en:

- **Perfil:** Este apartado permite reconocer aspectos del perfil del encuestado: edad, sexo y ocupación actual.
- **Información:** Con preguntas cerradas y abiertas, se averiguó los medios de comunicación por los cuales se informan los comunarios y comunarias y se conoció si asisten o no a las reuniones que organiza la alcaldía.
- **Información y participación:** También con preguntas cerradas y abiertas se indagó si los comunarios y comunarias participan o no en las actividades realizadas por su alcaldía y las razones por los que asisten a las capacitaciones que ofrece el Municipio en salud, educación y derechos.
- **Propuestas:** También con preguntas cerradas y abiertas que buscan los motivos y describen la sintonización y la forma de participación en la radioemisora.

b) Muestra

Se aplicó el muestreo probabilístico, que para Hernández, “es esencial en los diseños de investigación cuantitativos, donde se pretende hacer estimaciones de variables en una determinada población”²¹. Por lo tanto, la encuesta se aplicó a los pobladores de San

¹⁹Cerda, H. (1995). *Los elementos de la Investigación. como reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Santa Fe de Bogota: Edit. El Buho, p. 278.

²⁰Boleta de encuesta plasmada en Anexos N°4

²¹Hernández, R. y otros. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Edit. McGraw-Hill Ed. Tercera, p. 307.

Andrés de Machaca, para brindar una descripción sobre la problemática encontrada, es decir, se utilizó esta técnica de muestreo con el apoyo de la encuesta para recabar información del Municipio.

c) Cálculo del tamaño de muestra

Para obtener con mayor exactitud la información no es necesario seleccionar una muestra grande, según Múnich y Ángeles, “sin embargo, solamente el hecho de contar con una muestra grande no nos garantiza su representatividad y veracidad de un problema.”²²

Los mismos autores señalan que, cuando el número de elementos que integra cada estrato es diferente, la selección de la muestra debe realizarse de tal manera que el número de elementos de cada estrato sea proporcional al tamaño de este.

La variable a estudiar cuantitativamente para calcular el tamaño de muestra respecto al promedio de una población se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{NE^2 + 2^2 * p * q} \quad N=6299 = NE$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

Z= Punteo de la distribución normal correspondiente a un nivel de significancia

(Cuando se trabaja con 0.5 de significancia Z corresponde a 1.96)

²²Munich, A. & A. (1997). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México: Edit.Trillas, p..73.

S= Desviación estándar, proporción (%) que se obtiene en estudios anteriores, si

se desconoce entonces (p= 0.5)

$$q = 1 - p$$

N= Tamaño de la población

NE= Límite de error, en estudio de campo es del 10% = 0.1

Sustituyendo la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5)(0.5) * 6299}{6299 * 0.05^2 + 1.96^2 * (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{384 * 0.5 * 0.5 * 6299}{6299 * 0.0025 + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{6047.04}{15.74 + 0.96}$$

$$n = \frac{6047.04}{16.7} = 362$$

$$n = \frac{6047.04}{16.7} = 362$$

$$16.7$$

Tomando en cuenta el tamaño de muestra, se realizó la encuesta de forma aleatoria a las 52 comunidades las cuales sirvieron para recopilar la información de campo. Para conocer la percepción de los comunarios y comunarias, respecto a la implementación de una radio emisora Municipal con enfoque comunitario en San Andrés de Machaca.

1.6.2. Método cualitativo

El método cualitativo describe el hecho en el que se desarrolla el acontecimiento, en este sentido Debus M. Define lo cualitativo como “el método que proporciona profundidad de comprensión acerca de las respuestas del público, por su propia naturaleza, lo cualitativo trata de aspectos emocionales y contextuales de la respuesta humana, además añade sentimientos, forma y matiz a los resultados”²³.

1.6.2.1. Técnicas

1.6.2.2. Entrevista en profundidad

Esta técnica se realizó entre el entrevistado y el entrevistador, lo cual permitió crear un ambiente libre con el entrevistado, según Ander Egg, “el uso de esta técnica deja una mayor libertad a la iniciativa de la persona entrevistada”²⁴. Se planteó preguntas cerradas y abiertas con la finalidad de obtener información relevante.

Esta técnica estuvo dirigida a un grupo específico de personas que favorecieron con información, respecto a la descripción del problema, tomando como fuentes de información primaria a las autoridades: Mallku's y administrativos de la institución gubernamental.

1.6.2.3. Análisis de datos

Para Hernández el análisis de datos consiste, “en revisar que los datos hayan sido preparados, organizados y clasificados de forma adecuada para el análisis, es importante asegurarnos de que contemos con el equipo apropiado para el manejo de datos”²⁵.

²³Debus, M. (1995). *Manual para excelencia en la Investigación mediante grupos focales*: Ed. 1ra., p. 72

²⁴Ander, E. (1959). *Métodos y técnicas de Investigación Social y Técnicas para la recogida de datos e Información*. Buenos Aires: Edit., Lumen Humanista, p. 37.

²⁵Hernández, R. y otros. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Edit. McGraw-Hill Ed. Tercera, p.582.

Bajo este contexto se analizó el Plan de Desarrollo Municipal (P.D.M.) y documentación legal relacionada con el tema, para la respectiva recolección de información secundaria que brindó datos del Municipio.

1.6.2.4. Observación participante

También Hernández indica que el propósito de la “observación participante” es “explorar ambientes, contextos, subculturas y la mayoría de los aspectos de la vida social, comprende procesos, interrelaciones, entre personas y sus situaciones o circunstancias y eventos que suceden a través del tiempo”²⁶.

En este sentido se realizó una intervención directa en San Andrés de Machaca, esto implica introducirse en profundidad a la situación social, así mantener un rol activo y estar permanentemente al pendiente de los detalles, sucesos y eventos en el contexto Municipal.

1.7. Área temática

El presente Proyecto de Grado se fundamenta en la comunicación radiofónica Municipal con enfoque comunitario en el Municipio de San Andrés de Machaca en el marco informativo, comunicacional participativo y comunicación organizacional.

1.7.1. Comunicación radiofónica

La comunicación tiene una relación con el uso de medios técnicos como: la radio, televisión, prensa, cine e internet, así como lo confirma Zúñiga L.²⁷ “la comunicación es la diversidad de fenómenos y procesos en los que las personas involucradas intercambian, comparten, ponen en común ideas y sentimientos mediante símbolos”, ya

²⁶Hernández, R. y otros. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Edit. McGraw-Hill Ed. Tercera, p. 458.

²⁷León, L., otros. *Manual para el Diseño Participativo de Estrategias de Comunicación*. Costa Rica: Edit. Centro de Comunicación Voces Nuestras, p.30.

que los medios de comunicación como la radio, son utilizados especialmente para informar.

En este sentido, la población de San Andrés de Machaca requiere de contenidos informativos, participativos, musicales, entretenimiento y programas con contenidos especializados en su contexto. Así mismo, otra de las funciones de la radioemisora estará relacionada al control, la vigilancia social y la integración comunitaria. También es reconocida como medio de información y generadora de mensajes, es decir, un proceso entre emisor- mensaje y receptor.

La radiodifusión en Bolivia, viene trabajando en la comunicación para el desarrollo del país, como lo señala López J. “La radio es como una familia, que le habla, le informa, le orienta, le entretiene, le educa y muchas veces le habla en su propia lengua, el aymara o el quechua”²⁸.

Se puede decir que la radio es el arte de dibujar el sonido con elegancia para que sea decodificado sencillamente. Fácil de entender, comprender e interpretar, donde los mensajes son singulares y digeribles, porque se usa términos convencionalmente en su contexto.

1.7.2. Radio Municipal

Las radios Municipales son impulsadas por la Ley de Participación Popular²⁹, que sostiene que “pertenecen a los Municipios o alcaldías de las ciudades, cuyo soporte económico es generado por el Plan Operativo Anual (POA), pues estas radios sirven a los intereses de los Municipios de manera particular”.

²⁸López, J. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito- Ecuador: Edit. ALER, AMAR, PROA, p. 15

²⁹ Ley 1551 de Participación Popular del 20 de abril de 1994:La presente Ley reconoce, promueve y consolida el proceso de Participación Popular articulando a las comunidades indígenas, campesinas y urbanas, en la vida jurídica, política y económica del país.

En este sentido las radios Municipales sirven a los intereses de los Municipios y funcionan bajo la responsabilidad de cada alcaldía y ayudan a promover el desarrollo en su contexto.

1.7.3. Radio comunitaria

Este tipo de estaciones radiofónicas pertenecen a las comunidades, como lo afirma Orlando Valdés. “Las radios comunitarias orgánicamente pueden representar al movimiento indígena, colonizadores o a grupos que viven en áreas periféricas de las ciudades”³⁰.

Lo que distingue a este tipo de radioemisoras es la esencia de lo comunitario: la solidaridad en la comunidad o entre el grupo social, así como sirve al común de la gente sin distinción ni mucho menos discriminación, que es parte de la filosofía andina sobretodo, como es el “ayni” por ejemplo, que es la reciprocidad entre personas y familias, algo así como hoy por ti, mañana por mí.

La radio como instrumento de comunicación es un medio masivo y esto es una de sus características fundamentales. Las radios comunitarias son tipos de emisoras dirigidas a sectores rurales; “procura ofrecer una mezcla de educación, entretenimiento, información y orientación política; usa formatos como ser revistas educativas y noticias preparadas por sectores locales no profesionales; financiada con la publicidad, ayuda internacional, nacional o contribuciones de la audiencia”³¹.

Ante esta afirmación se puede decir, que la radio comunitaria tiene una estructura organizacional solidaria, y ésta se consigue con programas orientados en promover la cultura y el desarrollo de su contexto.

³⁰Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit.Kipus,. p. 83.

³¹Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y el Caribe. (2006). *El cantar de la Hormigas, producción periodística en las radios comunitarias*. Buenos Aires: MARC-ALC e Interconexiones, p. 11.

1.7.4. La información

La función de la información, según Benito A., consiste en “difundir los acontecimientos o los sucesos de la sociedad a partir de una selección de procedimientos de los medios de comunicación, su intención es de compartir o poner en común una situación, esto es entrar en un proceso de equilibrio donde existe la intención de generar marcos de referencias similares, entre el sujeto o los que emiten el mensaje y entre el sujeto o los que reciben un mensaje”.

Por lo tanto, la información es una consecuencia del sistema comunicativo del hombre y forma parte de la estructura misma de la sociedad. Sociedad y comunicación son palabras que designan dos realidades que no pueden existir la una sin la otra. Es por intermedio del acto comunicativo como se realiza el proceso social en su totalidad. Un grupo humano puede, tal vez, prescindir de intercambiar bienes materiales, pero si no intercambia información, ideas, emociones, es el mismo vínculo social el que desaparecerá.

1.7.5. Comunicación participativa

Según Luis Ramiro Beltrán, el modelo clásico de la comunicación considera que el papel primordial de los mensajes es lineal. Porque enfatiza las situaciones de emisión y percepción, privilegiando el papel del emisor. Lasswell denomina a este tipo de comunicación como “modelo oligárquico, que sirve para los propósitos de los centros de poder transnacionales: al empeñarse en la consolidación de un orden público mundial oligárquico, los instrumentos de la comunicación son empleados para adoctrinar y distraer”³².

El modelo participativo, considera el proceso de comunicación como sinónimo de diálogo y horizontalidad poniendo en común el aprendizaje, Beltrán afirma “el proceso

³²Beltrán, L.(1979).ensayo *Adiós Aristóteles La Comunicación Horizontal*. Michigan-EEUU.:Edit. Univ., (traducción en español 1991), p.28.

de interacción social democrática, basada en el intercambio de experiencias, por lo cual los seres humanos voluntariamente comparten experiencias bajo condiciones de acceso, diálogo y participación libre e igualitaria. Toda persona tiene derecho a comunicarse y relacionarse para satisfacer sus necesidades de comunicación accediendo a los recursos de comunicación”³³.

La comunicación participativa posibilita espacios y relaciones igualitarias por medio de ésta las personas pueden compartir sus intereses, experiencias, necesidades y así desarrollarse en comunidad.

1.7.6. Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forman parte de su cultura o de sus normas, según Fernández: “la comunicación organizacional es entendida como un conjunto de técnicas y actividades, encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes, que se dan entre las mismas personas de una institución, actitudes y conductas de los públicos internos y externos, todo ello con el fin de que se cumpla mejor y más rápido los objetivos institucionales.”³⁴.

Entonces, para Fernández la comunicación organizacional, es la oportunidad de un encuentro con el otro, dando como resultado una interacción social, ya que a través de ésta las personas consiguen un entendimiento, logrando una cooperación que posibilita el crecimiento y el desarrollo de las organizaciones.

³³Beltrán, L.(1979).ensayo *Adiós Aristóteles La Comunicación Horizontal*. Michigan-EEUU.:Edit. Univ., (traducción en español 1991), p. 30-31.

³⁴Fernández, C. (1991). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Edit. Trillas, p. 55

1.8. Localización geográfica

El Municipio de San Andrés de Machaca está ubicado al Suroeste del departamento de La Paz; “geográficamente es la Quinta Sección de la Provincia Ingavi y colindante con la República del Perú”³⁵.

Latitud y longitud

Según datos del IGM, se sitúa entre los 16°58´ de latitud sur y 68°58´ de longitud Oeste del meridiano de Greenwich.

Altitudes

San Andrés de Machaca, se encuentra localizada en un rango entre los 3.810 m.s.n.m. y los 4.292 m.s.n.m., contando con una altitud promedio de la capital de la provincia de 3.925 m.s.n.m. El punto más alto del Municipio es el cerro Kuchuni en el cantón Laquinamaya con una altura máxima de 5.000 m.s.n.m.

Extensión

Cuenta con una extensión, aproximada, de 1.575.91 Km². que equivale a 157.591.10 hectáreas; dato que fue obtenido de acuerdo a los puntos geo-referenciales del I.G.M.

1.9. Beneficiarios del proyecto

- Colegio: Fortalecerá a las y a los jóvenes mediante una formación integral para la vida en lo intelectual, social, emocional y artístico con la participación con programas educativos.
- Centro de Salud: Marcará la diferencia en servicios de salud integrales, adaptados a las necesidades y exigencias de la población.

³⁵ Plan de Desarrollo Municipal “ San Andrés de Machaca” 2012 - 2016

- Comunarios y comunarias de las 52 comunidades del Municipio de San Andrés de Machaca.
- Las organizaciones sociales del Municipio.
- Los administrativos de la alcaldía. que se beneficiarán con el proyecto, utilizarán esta herramienta en el proceso de información y participación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

La comunicación es definida por Torrico E. como “un campo interdisciplinario porque construye una metodología desde distintas disciplinas con un objeto de estudio multidimensional porque atraviesa todos los ámbitos de la realidad social convirtiéndose en un proceso transversal”³⁶ esta concepción permite ver que la comunicación aborda varias disciplinas con una práctica social de producción y circulación que posibilita la interacción humana

2.1. Diseño comunicacional

El diseño comunicacional del proyecto consistió en un proceso de intercambio de señales y estímulos entre el emisor y receptor, a partir de una propuesta de programación. La misma consistió en el envío de mensajes radiofónicos por parte del emisor, para que el receptor brinde un aporte con respecto al contenido de la programación radial.

Este diseño se respaldó en la teoría funcionalista de Lasswell, quien “investiga la comunicación de masas que centra su atención en los efectos, reflejando la tendencia generalizada de la sociología de la comunicación de masas a sobre llevar la influencia de las técnicas sobre el público, un público que no tiene otra función en el proceso comunicativo que ser el receptor pasivo de un mensaje que, necesariamente conseguirá efectos previstos”³⁷.

³⁶Torrco, E. (2004) Abordajes y Periodos de la Teoría de la Comunicación. Colombia: Edit. Norma, pp. 18-22

³⁷Moragas, M.(1985). Teorías de la Comunicación. Barcelona: Edit. Gustavo Gili, S. A., p. 23

CUADRO 2: Teoría Comunicacional

¿Quién?	¿Dice que?	¿Porque canal?	¿A quién?	¿Con que efecto?
COMUNICADOR	MENSAJE	CANAL	AUDIENCIA	EFFECTO
Análisis de control	Análisis del contenido	Análisis del medio	Análisis de audiencia	Análisis de efectos

Fuente: Moragas, M.1985.

Claramente se expresa el modelo de la comunicación de Lasswell: ¿quién?, ¿dice que?, ¿en qué canal?, ¿a quién?, ¿con que efecto? bajo esta teoría 25 representantes seleccionados por el G.A.M.S.A.M., constituyeron los grupos focales que aportaron a los contenidos de programación comunitaria para la radio, en la aplicación de la estrategia comunicacional.

2.2. La comunicación para la intervención

El educador, Paulo Freire, lleva a la comunicación como parte de nuestra existencia, porque afirma que “trascender, discernir, comunicar y participar son exclusividades de la condición de existir”³⁸.

Bajo este contexto el ser humano solo existe en el diálogo, en el pensar y hablar. Freire hace referencia a que no es sólo hablar de procesos de comunicación, sino de la esencia, el alma, el motor, la potencialidad, la provocación en el diálogo.

También Beltrán hace la siguiente definición, como: “ Un proceso de interacción social democrática, que se basa en el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos

³⁸ Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*.

comparten voluntariamente sus experiencias, bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación”³⁹.

El derecho a comunicarse como indica Beltrán es un recurso para satisfacer las necesidades de los seres humanos, pues se comunican por múltiples propósitos por medio de técnicas comunicacionales.

Antonio Pascuali. afirma que la comunicación, “es una relación comunitaria humana que consiste en la emision y recepcion de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociedad del hombre”⁴⁰.

Las definiciones expuestas por Freire, Beltran y Pascuali, señalan a la comunicación en un entorno de participación democrática, creando diálogo con el fin de satisfacer necesidades de forma equitativa y con múltiples propósitos de desarrollo humano.

2.3. Comunicación participativa

El rol de la participación en la comunicación es evidente, para participar de algo hay que conocer de ese algo, es decir recibir la información necesaria. “Participar significa también que se tiene la posibilidad de expresarse, de hacer llegar sus opiniones y planteamientos, debatirlos e intervenir en el proceso de decisión”⁴¹. Cuando se busca la participación es entonces indispensable crear toda una dinámica de comunicación entre la población de base y entre esta y la institución.

La Comunicación para el Desarrollo en general, y los medios comunitarios, en particular, son una referencia paradigmática de la praxis tal y como fue definida por Paulo Freire como, “la praxis es la reflexión y la acción de los hombres sobre el mundo

³⁹Beltrán, L.(1979).ensayo *Adiós Aristóteles La Comunicación Horizontal*. Michigan-EEUU.:Edit. Univ., (traducción en español 1991), p. 83.

⁴⁰Pascuali, A. (2000). *Comprender la Comunicación*. Mexico D.F.: Edit. Monte aula, p. 51.

⁴¹Pierre Z.(1986) *¿Cómo Comunicarse con los Campesinos?* Lima-Perú, Edit. Horizonte2da, p.

para transformarlo, y presupone la integración de estos dos momentos de la acción educativa y comunicativa transformadora.⁴²

Pues bien, podría aplicarse este movimiento, práctico y teórico, en la construcción de la comunicación participativa para el desarrollo que surge, como una práctica de comunicación que posteriormente será sistematizada y teorizada.

Asimismo, Del Valle, entiende la comunicación participativa “como una reflexión enmarcada en el contexto del desarrollo, que involucra dos problemáticas”⁴³:

1. La problemática del poder, pues al proponer la democracia participativa reubica el poder y la toma de decisiones.
2. Una problemática de la identificación, pues para el ejercicio de la participación de las comunidades hace falta recuperar las capacidades auto-organizativas y las dinámicas culturales.

Entonces podemos decir que para Del Valle, hablar de comunicación participativa supone el proceso:

- ✓ De los productos a los procesos.
- ✓ De las propuestas a corto plazo a las propuestas a largo plazo.
- ✓ De las dinámicas individuales a las colectivas.

Tomando en cuenta los aportes de Freire, Del Valle y Beltrán, se elaboró una tabla comparativa entre las estrategias difusionista y participativo.

⁴²Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*.

⁴³Del Valle, C. (1997) *Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina*. *Redes*.pp.113-130.

CUADRO 3: Comparación de estrategias Modelo de difusión y modelo de participación

	DIFUSIÓN	PARTICIPACIÓN
Definición de la Comunicación	De arriba abajo	Información como intercambio y diálogo
Utilización de la Información	Diseminación por medio de los mass media	Participación a nivel local Comunicación interpersonal Utilización de los medios de comunicación
Medios	Cambio en conocimiento y actitudes El objetivo es fundamental	Información/intercambio El proceso es esencial.
Marco social	Modernización Difusión de innovaciones	Cambio social Movilización social Participación Democratización
Instrumentos	Medios de comunicación Marketing social Entrenamiento educativo	Asambleas y encuentros Medios de comunicación Marketing social Entrenamiento educativo
Papel de los Profesionales	Se implementa el plan de comunicación por profesionales, sin contar con las personas destinatarias del mismo	Los profesionales conjuntamente con la comunidad diseñan la implementación del plan.
Comunicación del diagnóstico	Los resultados del diagnóstico son elaborados desde el exterior y comunicados a los organismos con los que tienen relación. No siempre se transmiten a la comunidad receptora	Los resultados del diagnóstico son presentados por la comunidad y por lo tanto conocidos por ella.

FUENTE: Elaboración propia

Estas tres teorías proponen que la comunicación participativa es la investigación aplicada que tiene como fin el estudio del análisis y planeación de las políticas y modelos de comunicación para el cambio social, mediante la integración de los sistemas de información y comunicación al público a nivel local.

En el Municipio se tomara la comunicación participativa, utilizando el medio radial con equidad y democracia así aumentar la capacidad organizativa con Información como intercambio y diálogo, este proceso es esencial para el cambio social.

2.4. Comunicación horizontal

La comunicación horizontal, según Beltran L. es "bidireccional que esta repaldada por tres elementos interdependientes: el acceso, el dialogo, y la participacion"⁴⁴.

GRÁFICO 4: Comunicación Horizontal



FUENTE: Beltrán, L. (1979).ensayo *Adiós Aristóteles La Comunicación Horizontal*

⁴⁴Beltrán, L.(1979).ensayo *Adiós Aristóteles La Comunicación Horizontal*. Michigan-EEUU.:Edit. Univ., (traducción en español 1991), p. 25.

Porque cuando las personas no reciben mensajes, no puede existir interacción social y democrática. El acceso es el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes. El diálogo es así mismo el ejercicio efectivo de derecho a recibir y al mismo tiempo de emitir mensajes. La participación es el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes.

“Este modelo de comunicación permite acceso, diálogo y participación, que son elementos claves del proceso sistemático de comunicación horizontal. Tienen relación de interdependencia. Es decir:

- a) A mayor acceso, mayor probabilidad de diálogo y participación
- b) A mejor diálogo, mayor y mejor utilidad del acceso y mayor impacto de la participación.
- c) A mayor y mejor participación, mayor probabilidad de concurrencia del diálogo y del acceso”⁴⁵.

Ante este modelo de comunicación la radio comunitaria promoverá la participación e interacción entre la población y sus autoridades gubernamentales, es decir mayor acceso al diálogo y la participación, con una mejor satisfacción de información y comunicación, donde emisor y receptor se vuelven protagonistas de esta interacción.

2.5. Comunicación organizacional

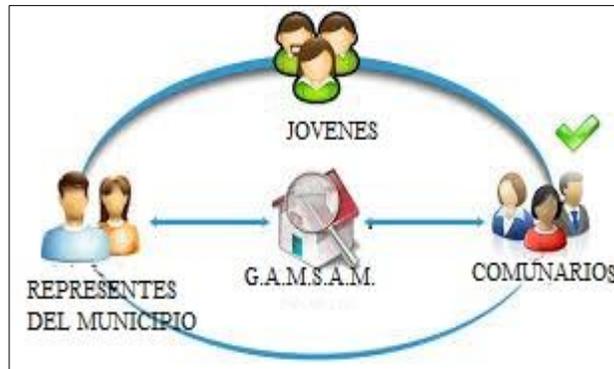
La comunicación organizacional para Fernández Collado, “es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre ésta y su medio. Estos mensajes se intercambian en varios niveles y de diversas maneras. Pueden transmitirse, por ejemplo, a través de canales interpersonales o de medios de comunicación más o menos sofisticados”⁴⁶.

⁴⁵Beltrán, L.(1979).ensayo *Adiós Aristóteles La Comunicación Horizontal*. Michigan-EEUU.:Edit. Univ., (traducción en español 1991), pp. 84-85.

⁴⁶Fernández, C. (1991). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Edit. Trillas, p. 30.

Bajo esta figura, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre la misma organización y su medio.

GRÁFICO 5: Comunicación Organizacional



FUENTE: Elaboracion propia

Asimismo, la comunicación organizacional “se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor con sus objetivos”⁴⁷ .,

Esto implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo, pues quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia en común y de significados compartidos.

Los conceptos de comunicación organizacional que maneja Fernández Collado, son: la comunicación interna y la comunicación externa.⁴⁸

2.5.1. Comunicación interna

⁴⁷Fernández, C. (1991). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Edit. Trillas, p. 31.

⁴⁸IBIDEM, p. 32.

La comunicación interna es definida como “el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, para contribuir en su trabajo a lograr los objetivos organizacionales”⁴⁹.

Esta definición muestra que la comunicación interna, es el conjunto de propuestas y técnicas dirigidas al personal de la organización; directivos, responsables, coordinadores, empleados y asistentes para generar un ambiente de buenas relaciones.

2.5.2. Comunicación externa

La naturaleza de la comunicación externa se expresa en su esencia misma, es decir, “la organización humana entendida como acto de ser de la comunicación social, lo que lleva necesariamente a la puesta en común de propósitos, objetivos, métodos, procesos, acciones y resultados del ente colectivo. Por su parte, la finalidad de la comunicación externa, es el logro de la corporatividad, como unidad de la identidad colectiva, concebida como un sistema autónomo relacionado con el entorno propio de su contexto social”⁵⁰.

Así mismo es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización para sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, proyectando una imagen favorable y así promover sus productos o servicios.

⁴⁹Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional. (2008). *Comunicación Empresarial, plan Estratégico como herramienta Gerencial*. La Sabana- Colombia: Edit. ECOE. Univ., p. 28.

⁵⁰IBIDEM p. 29.

GRÁFICO 6: Comunicación externa y comunicación interna



FUENTE: Elaboración propia

2.5.3 Pilares de las relaciones comunicativas en la organización

Según el Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional (CICCO), los pilares de las relaciones comunicativas son dos: la acción comunicativa, y el director de comunicaciones.

2.5.3.1. La Acción comunicativa

La comunicación en las organizaciones parte de la acción comunicativa, que acontece en la rutina diaria de las empresas. “Estas rutinas comunicativas deben ser organizadas de tal manera que su estructura refleje un área sólida de un conocimiento autónomo”⁵¹.

Por otra parte, existen los canales que se orientan desde los sentidos como percepción de las acciones comunicativas, estos canales dan origen a los medios de comunicación organizacional: impresos, audiovisuales, virtuales, etc., que más tarde se utilizarán para establecer códigos comunicativos.

Formatos de la comunicación organizacional:

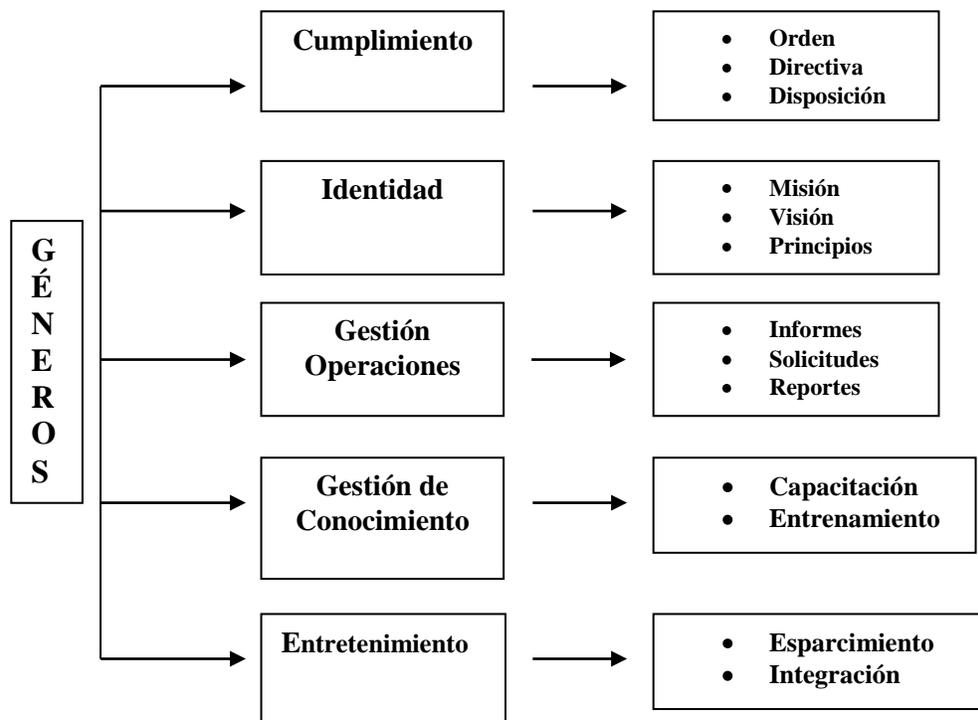
Una vez que se establecen las acciones a transmitir por los medios, se dispone los formatos de comunicación organizacional que pueden ser de cuatro tipos.

- Cumplimiento, son aquellas ordenes, disposiciones y directivas que se emanan desde la gerencia. Tienen carácter de obligatoriedad y son de forma descendente.
- Identidad, las políticas institucionales que refieren a los principios, la misión y la visión de la organización, son mandatos que enuncian el deber ser de la organización.
- Gestión de operaciones, son aquellas solicitudes que se realizan formalmente entre departamentos, sugiere el cumplimiento de las funciones propias del proveedor de la información y sin la cual el solicitante no podría realizar su trabajo eficientemente.
- Gestión de conocimiento, son acciones dirigidas a la incorporación de nuevos conocimientos de los empleados sobre procesos o productos a incorporar. Se conoce como entrenamiento y capacitación para la carrera profesional.

⁵¹Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional. (2008). *Comunicación Empresarial, plan Estratégico como herramienta Gerencial*. La Sabana- Colombia: Edit. ECOE. Univ., p. 30.

- Entretimiento, acciones propias de la comunicación descendente, donde se ordenan los planes de esparcimiento y de integración que la organización dispone para el beneficio de sus empleados.

CUADRO 4: Formatos de la comunicación organizacional



FUENTE: CICCO ⁵²

⁵²Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional. (2008). *Comunicación Empresarial, plan Estratégico como herramienta Gerencial*. La Sabana- Colombia: Edit. ECOE. Univ., p. 30.

2.5.3.2. Competencias del comunicador en las organizaciones

La acción eficiente de un plan de comunicaciones requiere de una causa eficiente, es decir, “un comunicador con ciertas competencias en formación académica, de liderazgo particular y del talento innato de la persona: estas competencias se resumen en cuatro principalmente”⁵³.

- Competencia cognitiva: Expresa los conocimientos autónomos de las teorías de la comunicación en las organizaciones que fundamentan su acción y que legitiman su trabajo profesional.
- Competencia fáctica: Permite llevar a la práctica los conocimientos teóricos. Permite probar y comprobar las teorías formuladas en su profesión. La práctica permite validar o invalidar las teorías empleadas.
- Competencia prudente: Permite obrar de acuerdo con las convicciones éticas y morales de su formación humanística, en una búsqueda constante de la verdad y del bien como expresión de la libertad.
- Competencia crítica: Permite discernir sobre lo bueno y lo malo de las acciones humanas, optando por las acciones buenas que enriquecen a las personas de la organización.

Estas competencias tienen un sentido y una finalidad, la comunicación efectiva. Esta tarea requiere de un proceso estructural mediante la formulación, aplicación y evaluación permanente de un plan estratégico de comunicaciones. “Para una comunicación efectiva el director de comunicaciones deberá trabajar en dos vías”⁵⁴:

⁵³IBIDEM p. 32.

⁵⁴Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional. (2008). *Comunicación Empresarial, plan Estratégico como herramienta Gerencial*. La Sabana- Colombia: Edit. ECOE. Univ., pp. 44-48.

- La inteligencia: como escenario de racionalidad de las acciones estratégicas de comunicación que formula el comunicador, donde la argumentación sea el camino de sustentación de sus ideas y acciones.
- La voluntad: como camino hacia el bien común de la organización donde se sustenta el beneficio colectivo.

2. 6. La información

Desde el punto de vista sociológicamente primario, la información entraña una exigencia íntima del ser social del hombre. La vida de comunidad, desde la más primitiva a la más desarrollada, según Benito A. “pide al hombre la necesidad de estar informado, de saber cosas; preguntarlas y comunicarlas a los demás en la marcha diaria de la sociabilidad humana”⁵⁵.

Es decir que desde el desarrollo técnico y social, la información es el instrumento específico para el ansia de comunicarse del hombre. Según el nivel técnico, social y cultural en todo su sentido, así ha sido el hecho informativo en cada momento de la historia humana.

2.6.1. Información radiofónica

La información radiofónica debe considerarse no solo en el reflejo del acontecimiento o del hecho noticioso, sino también para Valdez O. “denuncia y orienta a la población sobre peligros que presentan o se presentarán en un futuro inmediato, paso a paso seguir de cerca lo que se avecina para la humanidad y para el entorno en que vivimos”⁵⁶.

Según esta perspectiva la información debe ser ante todo trabajada éticamente y según leyes orgánicas vigentes en los países del mundo entero. Para este tratamiento y

⁵⁵Benito, A. (1982). *Fundamentos de Teoría General de la Información*. Madrid: Edit. Pirámide S.A, Universidad Complutense, p. 45.

⁵⁶Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Editorial Kipus, pp. 159-160.

difusión de la información, de manera general se maneja la siguiente teoría: objetividad, veracidad e imparcialidad.

- **Objetividad:** La información debe dirigirse al punto preciso de la situación o acontecimiento. La información debe ser consistente y contener un tratamiento ecuánime del asunto, religiosidad y justicia ante todo en el tratamiento y difusión de la información.
- **Veracidad:** Significa la conformidad del entendimiento de las cosas y la expresión clara con que se emana una información, la cual es comprobada con documentos visuales o escritos.
- **Imparcialidad:** Aunque esto depende de la ideología del medio, no se debe parcializar la información tanto en cobertura o en contradicción.

2.6.2. Información y comunicación

La comunicación es la consecuencia sociológica de la información. Para Benito A. “con el termino información se hace referencia tanto al contenido del mensaje como a su forma, sin perder de vista el primer sentido de la palabra, la acción o efecto de informar e informarse, cuando empleamos el término información, estamos haciendo mención al carácter activo del que informa y al sistema utilizado para informar”⁵⁷.

La información debe ser entendida como un proceso, que se refiere a la relación de la comunicación en torno a un sujeto que informa de un ambiente social amplio. Por eso no debe confundirse información y comunicación: la primera constituye el tratamiento que recibe aquello que se va a comunicar; la comunicación es la consecuencia de ese proceso, una situación de comunicación.

2.6.3. Información y democracia

⁵⁷Benito, A. (1972). *Medios de comunicación social*. Madrid: Gran Enciclopedia Rialp., pp. 119-124.

Es estructurada en la igualdad dinámica de oportunidades que facilitan la contribución de todos al bien de los demás y la intercomunicación a todos los niveles de la vida, “necesita del contacto, del conocimiento mutuo ampliado continuamente, tanto en el número de los sujetos que opinan como en los objetos de opinión: los instrumentos contemporáneos de la comunicación y su acción diaria al servicio de la opinión pública, se aparecen a sí mismo como el fundamento imprescindible para una verdadera sociedad democrática, que necesita estar informada e intercomunicada”⁵⁸.

A esta afirmación Benito A., concluye en que las fuerzas liberadoras exigirán al estado que pongan a los medios de comunicación en condiciones materiales, que garanticen la libertad de expresión.

Esta relación íntima entre información y democracia es importante en relación con el desarrollo de los pueblos, como una sociedad participativa, ya que la misma es un componente fundamental de nuestra vida en sociedad y de nuestra vida cotidiana, pues la capacidad para ofrecer y recibir información supone un elemento necesario para poder vivir en democracia, con los que nos rodean y para conocer lo que pasa en nuestro entorno, gracias a la intervención de los medios masivos.

2.7. Medios masivos de información

En la actualidad los medios masivos de información también denominados “MASS MEDIA”, han cobrado mucha importancia en la sociedad, esto debido en gran parte a los adelantos tecnológicos y por qué influyen de alguna manera en la vida social pues tienen a su favor, un gran público de consumidores y es innegable que han ocupado nuevos espacios y nuevos roles.

En este contexto Águila A. señala que “los medios más conocidos son el periódico, la radio, la televisión, y el cine con la irrupción del internet y las nuevas tecnologías de

⁵⁸IBIDEM pp. 251-252.

información y comunicación (Tics.), que en la actualidad se convirtieron en un nuevo medio masivo de comunicación”⁵⁹.

2.7.1. El periódico

- Es una publicación periódica impresa en papel, de información general y especializada, difunde información a través de la palabra escrita.
- Los lectores están obligados a enfrentarse con la publicación y leerla.
- La lectura es selectiva porque cada lector elige los temas que le interesa.

2.7.2. La radio

- Como medio masivo transmite información por medios sonoros
- Tiene un gran poder de sugestión y alimenta la imaginación del oyente.
- Los mensajes que difunden llegan al oyente en el mismo momento en que se producen simultáneamente a muchos radioescuchas.

2.7.3. La televisión

- Se caracteriza por difundir contenidos a través de imágenes y sonidos por ello se denomina medio audiovisual.
- La recepción se la efectúa en el grupo familiar, íntimo o de modo individual.
- El televidente de permanecer frente a la pantalla para entender el mensaje.

2.7.4. Multimedia

⁵⁹Águila, M. (2010). *La comunicación popular y los mini medios*. Texto consulta para los estudiantes, pp. 3-5.

- Se caracteriza por no tener un soporte físico y electrónico, son virtuales y por ello pueden emplear distintos lenguajes o formas de expresión para emitir un mensaje o cualquier información
- Un sistema de medios que combina el audio, el video y la base de datos textuales.
- En la actualidad se ha convertido en una herramienta de comunicación, gracias a la articulación de estos medios permite al usuario una mayor interacción.

2.8. La radio

La radio como medio de comunicación, para Valdez O. “se vale de recursos humanos y tecnológicos, para producir y realizar programa auditivos con un lenguaje propio basados en realidades humanas: música, información, orientación, cultura, sentimientos, para luego transmitirlos comunicativamente a través de señales radio-eléctricas por el aire-espacio, para así interactuar con el espacio social”⁶⁰.

Desde este punto de vista, la radio es un espacio donde se articulan saberes, intenciones, técnicas, equipos y tecnologías, donde el emisor debe estar siempre para brindar calidad y calidez de sonidos comunicativos.

“La radio es la exorcista de los atribulados y la acompañante de los solitarios y es un ser con el que se convive. La radio no muestra realidades sino sonidos de realidades que para unos son signos y símbolos que plasman su voluntad de comunicación y para otros se convierten en mediadores para vislumbrar la realidad, mediante la producción radiofónica”⁶¹.

Entonces se puede decir, que la radio tiene su propio lenguaje para hacerse entender, como una compañera con la que se puede contar en cualquier momento, muchas veces

⁶⁰Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit. Kipus, p. 17.

⁶¹Cebrián, M. (1995). *Información Radiofónica. Mediación Técnica, Tratamiento y Programación*. Madrid: Edit. Síntesis, p.155.

llama a la reflexión, acción, orienta y educa, pues busca la opción de hacer la vida más llevadera.

2.8.1. Lenguaje radiofónico

El lenguaje radiofónico es la codificación e interacción adecuada de cuatro componentes esenciales que conforman parte del sistema sonoro de la radio, según Valdés: “la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio; para denotar y connotar expresivamente el lenguaje radiofónico para percepción del radioescucha”⁶².

Ante esta afirmación, el lenguaje radiofónico llega a la expresividad comunicativa, con la articulación de los elementos del lenguaje, llegando a la percepción del radioescucha, esto quiere decir que penetra con su lenguaje radiofónico para que el oyente entienda el mensaje.

2.8.2. Elementos del lenguaje

Lapalabra: La palabra radiofónica no es comúnmente oída en los diálogos interpersonales cotidianos, puesto que este componente conlleva el brillo, color y metáfora que expresan el aspecto comunicativo de la radio, para sus escuchas.

La música: Este componente es uno de los más cautivantes del lenguaje radiofónico: mismo que despierta en el público oyente: sensaciones dormidas, transporta a espacios y tiempos distintos, evoca a una faceta singular en la vida de cada uno de ellos, en fin pone a las emociones de punta, así es la música para quehacer radiofónico.

Los efectos sonoros: Son un conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales o artificiales que restituyen objetiva y subjetivamente la realidad construyendo una imagen.

⁶²Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit.Kipus, pp. 60-67.

El silencio: Es un componente especial en el lenguaje radiofónico, indica las pausas o espacios previos sin sonido en la composición del mensaje de radio. Estas pausas sin sonido resaltan o generan expectativa en el radioescucha, el cual permite motivar a la audiencia.

2.8.3. Producción radiofónica

Para Rodero E. “la producción radiofónica tiene su finalidad en la elaboración de los mensajes, ésta implica la utilización de los determinados materiales apropiados para cada caso”⁶³.

En este sentido Rodero, relaciona la producción radiofónica, con la edición de contenidos sonoros: la identificación de una emisora, la característica de un programa, las cuñas radiofónicas, y los géneros radiofónicos, ente otros.

2.8.4 Géneros y formatos

En la producción radiofónica los géneros y formatos son guías para la acción, porque proponen un recorrido, un modo de hacer las cosas. El género es un modelo de clasificar la producción radiofónica.

En esta perspectiva López Vigil “clasifica los géneros radiofónicos en tres figuras”⁶⁴.

CUADRO 5: Clasificación de géneros radiofónicos

<p>1. Según el modo de producción de los mensajes:</p> <p>DRAMÁTICO PERIODÍSTICO MUSICAL</p>
<p>2. Según la intencionalidad del emisor:</p> <p>INFORMATIVO EDUCATIVO DE ENTRETENIMIENTO PARTICIPATIVO CULTURAL RELIGIOSO DE MOVILIZACIÓN SOCIAL PUBLICITARIO</p>
<p>3. Según la segmentación de los destinatarios</p>

⁶³Rodero, E. (2013)

⁶⁴López, J. (1997). PROA, pp. 111-11

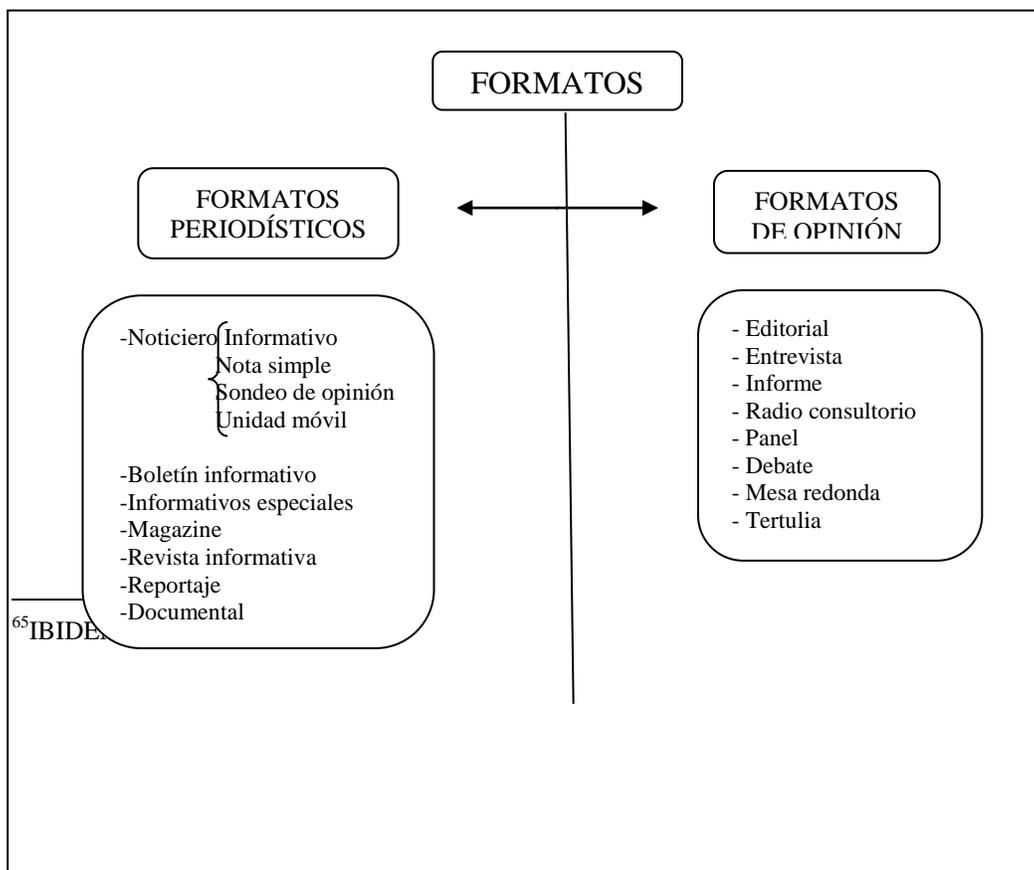
s. com/

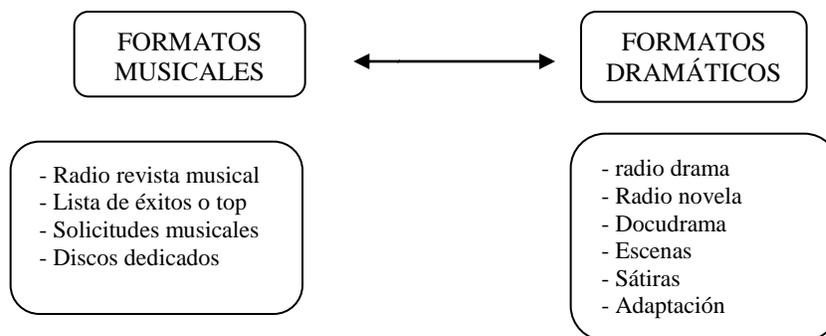
lit. ALER, AMAR,

FUENTE: “El Manual Urgente para Radialitas Apasionados”.⁶⁵

Los formatos son las estructuras las “formas” en que se traducen los contenidos, son flexibles a renovar, intercambiarse y perfeccionarse en función a objetivos comunicacionales. Para conocer esta estructura se cita al Centro Erbol Educa.

CUADRO 6: Clasificación de formatos radiofónicos



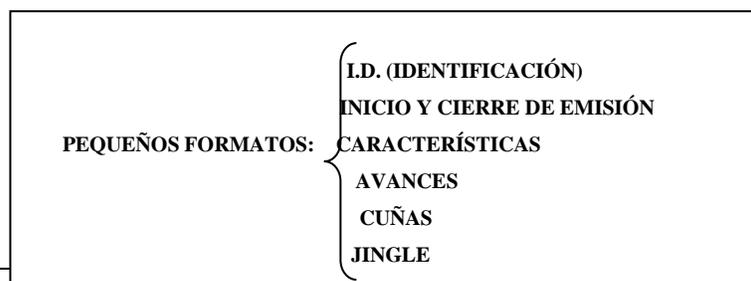


FUENTE: Centro Erboleduca “Construyendo el mensaje radiofónico 2013”⁶⁶

2.8.5. Pequeños formatos

Son pequeñas formas de producir mensajes radiofónicos, Valdés señala que “la duración promedio es de un minuto, al igual que los formatos grandes utiliza los cuatro componentes del lenguaje radiofónico, con el propósito de obtener cierto producto sonoro, utilizado para diversos motivos, señala los siguientes”⁶⁷.

CUADRO 7: Clasificación de pequeños formatos



⁶⁶Centro de Formación Erboleduca, (2010). *Construyendo el mensaje radiofónico el género y el formato*. Bolivia: Edit. ERBOL, p.94.

⁶⁷Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit. Kipus, pp.117- 122.

FUENTE: “La Radio Fundamentos Básicos”, Orlando Esteban Valdez López

2.9. Radio Municipal

Este fenómeno surge a impulso de las reformas estructurales operadas en el país desde 1994. “Es así que sobre todo a partir de la Ley 1551 de 20 de abril 1994, Ley de Participación Popular es que se promueve indirectamente o se refuerza el aprovechamiento de radioemisoras dirigidas a la atención de sectores populares no faltando en ellas los intereses políticos”⁶⁸.

Entre estas experiencias se pueden incluir:

- | | |
|--------------------|------------------------|
| 1. Radio Municipal | Caranavi (La Paz) |
| 2. Radio Coroico | Coroico (La Paz) |
| 3. Radio Municipal | Huanuni (Oruro) |
| 4. Radio Municipal | Palos Blancos (La Paz) |
| 5. Radio Municipal | Uncía (Potosí) |

La radio Municipal se caracteriza por contar con financiamiento estatal del Municipio, cuyos propósitos son: servir, educar e informar, con el objetivo de formar parte del cambio social.

La visión democrática de la radio Municipal centra su importancia en la programación, dando un espacio determinado a los distintos sectores sociales del Municipio⁶⁹. Una emisora es un medio de comunicación que se dirige a un gran porcentaje de la población, con el fin de brindar una ayuda social a los sectores rurales y a los sectores que no tienen la posibilidad de hacer conocer su voz, por esta razón la radio de San Andrés de Machaca trabajara *promoviendo la voz con democracia en comunidad*.

⁶⁸ Reyes, J. (1990). Radifucion en Bolivia. La Paz-Bolivia: Edit. Oficina de Servicios y Asesoramiento a Proyectos (O.S.A.P.) y Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL). p.70

⁶⁹Programa de Apoyo a la Democracia Municipal 2012.

2.10. La radio comunitaria

Según Valdés, “este tipo de emisoras son parte de movimientos socioculturales de reivindicación y afirmación de los pueblos en toda Sud América y porque no decir en el mundo entero, que cobra plena vigencia y certidumbre”⁷⁰. En este sentido el propósito de la radio comunitaria es el servicio social, es decir, mientras las estaciones tradicionales se dirigen a las ganancias de mercado, las radios comunitarias orientan su rol diario al servicio comunitario.

2.10.1. Desafío de la radio comunitaria

Como indica López “las radios comunitarias promueven la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; responden a los gustos de la mayoría y hacen buen humor; informan verazmente; ayudan a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; la mujer protagoniza a la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario”⁷¹.

Por lo tanto el desafío de todas estas emisoras comunitarias es mejorar el mundo en que vivimos, democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente, pues las emisoras comunitarias trabajan al servicio de su comunidad y la elaboración de su programación, es realizada por personal voluntario. Además la opción de la radio comunitaria es muy distinta, con objetivos sociales por los que se luchan, ahí está la esencia de lo comunitario.

2.10.2. Compromisos de la radio comunitaria

⁷⁰Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit. Kipus, p 85.

⁷¹López, J. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito- Ecuador: Edit. ALER, AMAR, PROA, p. 445.

López Vigil “expresa los compromisos de la radio comunitaria en cuatro aspectos”⁷²:

1. Contribuir al desarrollo

Dos conceptos inseparables como el alma y el cuerpo: comunicación y desarrollo. Todavía mejor, comunicación para el desarrollo. Una comunicación no concebida como una labor meramente técnica o de difusión, sino como un espacio de diálogo e interacción entre sujetos. Y un desarrollo que no se mide solamente por el nivel de ingreso económico de la población, sino por cuanto se ha mejorado su calidad de vida.

2. Ampliar la democracia

Las emisoras independientes de intereses políticos y comerciales, deben asumirse como parlamentos al aire libre, como asamblea de la ciudadanía. La radio comunitaria vive en estado de elecciones. A través de ella, la gente de la calle opinará sobre la gestión de sus gobernantes, sumará y restará apoyos, cuestionará, exigirá transparencia política y económica. Se trata de tomar en serio la democracia, la soberanía que reside en el pueblo.

3. Defender los derechos humanos

La sociedad civil necesita de tribunales para defender los Derechos Humanos, a donde pueda recurrir para denunciar las mil y una violaciones que a diario se cometen. La radio comunitaria nos permitirá hacer causa común con los oyentes que llaman para contar los abusos de que han sido víctimas, para plantear una denuncia o solicitar apoyo.

4. Proteger la diversidad cultural

Complementarios a esta responsabilidad de los gobiernos, los medios comunitarios se constituyen en reserva de valores propios, bosques de

⁷²IBIDEM. pp. 44-45.

nacionalismo. Lo primero por proteger son los idiomas: en nuestros micrófonos se habla castellano, aymara y el guaraní. En todas las lenguas de nuestra tierra diversa.

2.10.3. Características de la radio comunitaria

La radio tiene grandes ventajas y cualidades necesarias de conocer para explotar toda la potencialidad radiofónica⁷³.

- 1) **Fácil de escuchar.-** A través del buen uso del lenguaje radiofónico de pronto aparece ser un condicionamiento. La radio es el arte de dibujar el sonido con elegancia y sentido para que sea recepcionado sin trabajosa decodificación. Así tiene que ser la radio: fácil de entender, comprender e interpretar, donde los mensajes son singulares y digeribles, porque se usa términos convencionalmente conocidos por el común de la gente.

- 2) **Inmediatez.-** El sonido del mensaje radiofónico llega hasta el aparato receptor del escucha, en el mismo instante en que se realiza un programa de radio. Podemos decir que el sonido radiofónico sigue tomando la ventaja en esto de la inmediatez, tanto en la emisión, trasmisión, percepción de mensajes auditivos, la rapidez, es la cualidad de la radio.

- 3) **Bajo costo.-** Cuantitativamente la radio tiene un reducido presupuesto tanto para el interesado en establecer una radio emisora, como en el caso del radio escucha, que tiene mayor acceso para adquirir equipos receptores de todo tipo y de abajo costo; inclusive es de fácil traslado. La radio es el medio más barato, en comparación con la Tv, Tv cable e internet, que tienen un costo mensual por servicio.

⁷³Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit.Kipus, pp.18-20.

- 4) **Amplia cobertura.-** La radio cubre un espacio de acción más amplio en comparación con otros medios. Sigue siendo el medio con índices mayores en la audiencia. Tiene amplia llegada a lugares próximos y lejanos.

- 5) **Poder de penetración.-** La radio con su propio lenguaje tiene la cualidad de capturar la atención y sintonía del radio escucha. Esa facultad artística del manejo sonoro le permite a la radio introducir su mensaje en la parte cognitiva del receptor, para que el mismo retenga en su mente los consejos o sucesos que ha conocido a través del medio.

- 6) **De contacto permanente el oyente.-** La relación permanente con los oyentes es un elemento importante en la emisora comunitaria. Aquí la emisora se convierte en un vecino más, en un campesino, en un servidor de la comunidad, no hay barreras que separen a la emisora de los oyentes, En realidad el contacto con la gente es inmediato, acuden a la radio a decir lo que les parece bien y lo que no les parece, hasta te sugieren temas o puntos a tratar.

- 7) **Movilizadora.-** Este tipo de emisora está sumergida en la vida de la comunidad, de allí que es capaz de movilizarla en defensa de sus derechos y de sus principales reivindicaciones, también cuenta con la participación activa de la comunidad por su función de movilizadora.

2.10.4. La radio comunitaria, frente a la radio comercial.

La radio comunitaria tiene la misión de promover la democratización, Miquel de Moragas sostiene que “para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo sin ánimos de lucro. En cambio las radios comerciales tienen el propósito de lucrar y

recibir ganancias por su accionar, en base a publicidad, propaganda y venta o alquiler de espacios en su programación”⁷⁴.

- Ambos utilizan instrumentos técnicos para transmitir códigos orales.
- La sofisticación de la radio permite un mayor alcance, mientras que la sencilla es de alcance local.
- Para Moragas la diferencia fundamental al referirse a la comunicación interpersonal y la radiofónica está en el desconocimiento que hay entre el oyente y el emisor; en la radio oímos pero no vemos, mientras que en la comunicación interpersonal sentimos y vemos al intercomunicador.
- En la radio comunitaria receptora puede ver, oír, sentir al emisor, pues este asiste a la reunión o asamblea, está en constante interacción con su comunidad. Mientras que con la radio comercial el emisor es totalmente desconocido.
- Su uso es esporádico y no continuo como en la radio este es un dato muy importante. Transmitir todo el día implicaría interrumpir la vida privada, familiar y barrial de los vecinos.
- A diferencia de la radio comercial, su uso es mucho más espontáneo sin estructuras de programas rígidos, ni guiones, ni secuencias tan marcadas. Aquí a diferencia de la radioemisora comunitaria, no se pretende vender, porque no es un medio comercial.
- La utilidad y la función que brinda cada uno de estos medios para sus audiencias indudablemente no son los mismos.
- Su uso en los mercados, se emplean para comunicar la existencia de los productos del día y las ofertas, entre otras cosas. "estos mercados así definidos y constituidos, recurren al parlante recogiendo la iniciativa de los mercados. Los utilizan una triple funcionalidad: como anuncio de sus productos, como ambientación musical del mercado y como servicio de mensajes de utilidad

⁷⁴De Moragas, M. *Semiótica y Comunicación de Masas*. Lima- Perú: Edit. Separata Univ. De Lima, p.267.

social y comercial; llamamiento a asambleas de socios (en las tardes cuando el mercado no funciona).

- Su uso en el mercado, al igual que en las dirigencias vecinales, también está limitada a las actividades propias de esta organización.

El ahorro de energía, la dificultad de contar con personal para su utilización y la absoluta dependencia de sus dirigentes, impiden un funcionamiento regular.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

3.1. Gobierno Autónomo de San Andrés de Machaca

Desde la ley de Participación Popular, los Municipios son la entidad más representativa del desarrollo local, su creación ha permitido dinamizar la economía de comunidades distantes y por otro lado ha permitido acercar y devolver la toma de decisiones del nivel central a las comunidades.

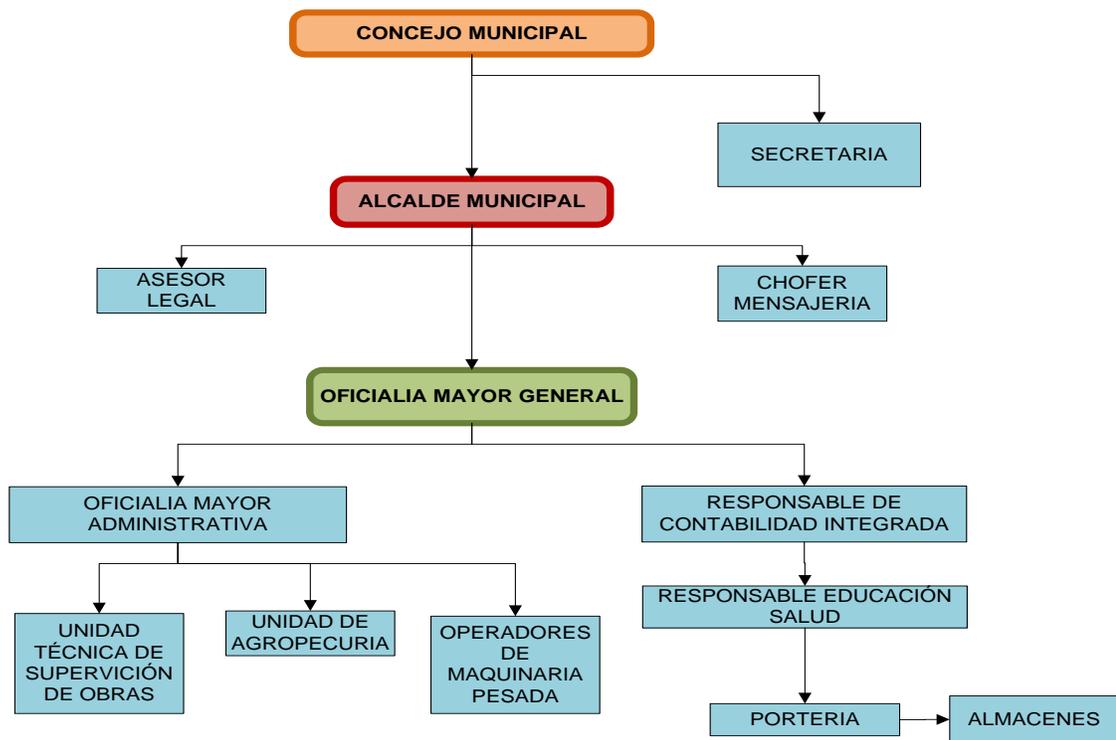
Entre sus características principales “la organización administrativa del Municipio presenta los siguientes niveles”⁷⁵

- El nivel jerárquico está compuesto por el Honorable Concejo Municipal de San Andrés de Machaca, que en la actualidad funciona con cinco concejales; que están organizados bajo una estructura organizativa conformada por un presidente y un vice-presidente.
- Secretario y vocal, organizados también en comisiones para cumplir tareas de legislación y fiscalización Municipal.
- El nivel operativo encabeza el alcalde que es apoyado en su trabajo por personal de la Oficialía Mayor Técnico Administrativo.
- El área del despacho del alcalde cuenta con un asesor legal.

El organigrama respecto a la organización administrativa del G.A.M.S.A.M. es el siguiente:

GRÁFICO 7: El organigrama del Municipio San Andrés de Machaca

⁷⁵ Plan de Desarrollo Municipal San Andrés de Machaca 2012 – 2016



FUENTE: PDM 2012-2016

3.1.1. Base cultural de la población

- **Origen étnico**

Las características étnicas del Municipio definen una conformación poblacional aymara. Sin embargo, el origen de la Municipalidad, se remonta a culturas precolombinas como la Wancarani, Pucara, Chiripa, Tiwanacota, y otros.

Esta participación multiétnica ha sostenido la hegemonía de los aymaras a lo largo del tiempo. Durante el imperio incaico fueron sometidos a regiones quechuas, donde de alguna manera hubo fusión. Sin embargo, los aymaras mantienen hasta ahora sus raíces culturales.

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda 2011, “en Bolivia se tiene 33 Pueblos Indígenas originarios (étnias), a nivel del Departamento de La Paz. La Sección Municipal de San Andrés de Machaca culturalmente se identificó como perteneciente a la nacionalidad Aymara”⁷⁶.

A nivel económico San Andrés de Machaca, el valor bruto de producción corresponde a la valoración de la producción pecuaria y agrícola.

- **Producción pecuaria**

La producción ganadera es muy reducida puesto que el productor solo se dedica al engorde de ganado vacuno, los mismos que son comprados en la feria de Patacamaya, en estas zonas no existen establos para el ganado vacuno, éstos duermen a la intemperie, también carecen de pajares donde el forraje es almacenado al aire libre, lo que es negativo para el ganado, porque dicho forraje pierde sus cualidades alimenticias con los rayos del sol. No existen refugios para ovinos, éstos duermen solo en corrales. En cuanto a la producción de porcinos, tampoco se cuenta con porquerizas adecuadas para la crianza de estos animales, la forma de crianza es muy precaria pues solo están atados a una estaca y así permanecen todo el día

- **Producción agrícola**

En estas zonas, la producción agrícola está basada en la utilización de la tecnología tradicional, se trabaja con herramientas construidas por ellos mismos o en algunos casos se adquiere herramientas como: chontas, rejas y los arados para la utilización de tracción animal, la maquinaria agrícola no es utilizado por ser terrenos muy accidentados. La

⁷⁶Censo Nacional de Población y Vivienda 2011

fertilización de los suelos se realiza con abonos orgánicos como estiércoles de diferentes animales y complementado con fertilizantes químicos y fitosanitarios, debido a la alta incidencia de plagas y enfermedades; la producción es mediante la rotación de cultivos y labores culturales que son realizados en forma manual, donde la economía de los productores se basa en la producción de papa y cebolla básicamente.

3.1.2. Idiomas

La población de San Andrés de Machaca es de origen aymara, sin embargo, debido al proceso de mestización, fenómeno normal entre los pueblos originarios, se puede observar que hay alguna que otra persona que habla quechua.

Los principales idiomas hablados en San Andrés de Machaca son el aymara y castellano en un 56,76%, solo aymara en 31,5% y solo castellano en 11,74%.

3.1.3. Población urbana y rural

El Municipio de San Andrés de Machaca es de estructura predominantemente rural, presenta una estructura poblacional diferenciada por área concentrada y dispersa, siendo esta última, la que aglutina el mayor porcentaje de la población en toda la sección Municipal.

3.1.4. Población por grupo etario

Según datos estadísticos del INE, “en los últimos años se dio un decrecimiento infantil de 0 a 5 años de 777 en el año 1992 a 616 niños para el 2001 y para el año 2011 se tiene 824. En el grupo de edad escolar de 6 a 18 años, también se evidencia el decrecimiento poblacional de 1.943 a 1.775 habitantes y el decrecimiento para el año 2011 a 1.329”⁷⁷.

⁷⁷ Instituto Nacional de Estadística 2011

Esto se debe a la migración de los niños, niñas y jóvenes a otras ciudades como la ciudad de El Alto y La Paz en busca de otros centros de estudio y mejores condiciones de vida. En los demás grupos etarios, estos van aumentando relativamente teniendo en la actualidad mayor población de la tercera edad.

En el área educativa uno de los mayores problemas en el Municipio de San Andrés de Machaca, en la parte educativa es la disminución del número de los alumnos en las unidades educativas, producto principalmente de la migración y el deterioro de la calidad educativa, lo cual está ocasionando una alta migración de los jóvenes a las ciudades en busca de trabajos y educación de mayor calidad.

CUADRO 8: Población por grupo etario y sexo según Censo 2001 - 2011

Grupo de edad	2001			2011		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
0 A 5 AÑOS	387	390	777	277	339	616
6 A 18 AÑOS	1.029	914	1.943	950	825	1.775
19 A 39 AÑOS	454	574	1.028	723	756	1.479
40 A 64 AÑOS	649	804	1.453	764	774	1.538
65 Y MÁS	262	370	632	390	501	891
TOTAL	2.781	3.025	5.833	3.104	3.195	6.299

FUENTE: Elaboración con base en datos de INE 2011

3.2. Objetivos del Gobierno Autónomo de San Andrés de Machaca

Mejorar la calidad de vida de los habitantes del Municipio, “satisfaciendo las necesidades básicas de las familias (acceso a: agua, electricidad, educación y salud),

promoviendo el desarrollo económico Municipal, desde los ayllus a partir de la gestión integral Municipal, concertada y equitativa de las potencialidades del Municipio”⁷⁸.

El Gobierno Municipal y las organizaciones sociales, unificaran esfuerzos para lograr un mejor acceso a los servicios básicos, un mayor impulso al sector productivo, construyendo cadenas de valor en torno a las cadenas productivas identificadas como, ganado camélido, ganado vacuno y otros.

La satisfacción de las necesidades básicas de las familias se alcanzará a partir de una mejor situación alimentaria, salud, educación y servicios básicos en todas las comunidades. Por gestión integral Municipal se entiende como el manejo sistémico de los diferentes ámbitos: familiar, comunal, Municipal.

GRÁFICO 8: Autoridades Originarias de San Andrés de Machaca

⁷⁸ Plan de Desarrollo Municipal “San Andrés de Machaca” 2012 - 2016



FUENTE: PDM 2012-2016

Por gestión concertada se entiende la participación activa de los actores involucrados en el desarrollo Municipal; es decir en coordinación con todas las organizaciones vivas del Municipio: Gobierno Municipal, autoridades originarias, Fundación Suyana – Fundación MachacAmawta.

Finalmente, por gestión equitativa se entiende al igual acceso de hombres, mujeres, ancianos, jóvenes y niños en el desarrollo Municipal.

3.3. Visión Municipal

La visión estratégica concertada entre: los habitantes, organizaciones sociales, autoridades originarias y Gobierno Municipal San Andrés de Machaca para los siguientes diez años es la siguiente:

La visión Municipal se basa en la construcción de cuatro pilares de desarrollo, cada una de las cuales para su materialización se utilizara un conjunto de estrategias y programas que permitirán materializar la visión.

La visión planteada pretende transformar al Municipio, en el aspecto productivo convirtiendo a San Andrés de Machaca en el mayor productor de ganado camélido y

vacuno con valor agregado, producto del fortalecimiento de las ventajas comparativas, el desarrollo de ventajas competitivas y cooperativas que le permitan al Municipio una mayor participación en el mercado.

El segundo componente: mejorando el nivel de vida de sus poblaciones, pretende ampliar los servicios básicos (agua, luz y letrinas) a todas las comunidades, mejorar la cobertura de salud y educación, es decir que más gente tenga mayor acceso a servicios de salud y educación así como generar mayor infraestructura y equipamiento tomando en cuenta aspectos de acceso vial mediante un constante mejoramiento de caminos para integrar las comunidades.

En el aspecto institucional el Gobierno Municipal será el actor clave para el fortalecimiento de las organizaciones productivas en las comunidades fortaleciendo y promoviendo las actividades económicas rentables con el fin de mejorar las condiciones económicas en las familias de la comunidad local, con una gestión transparente en el manejo de las cuentas Municipales y participativo en la toma de decisiones respecto al desarrollo Municipal.

3.4. Misión Municipal

Ofrecer a las comunidades del G.A.M.S.A.M. un servicio de excelencia, a través de una administración pública con eficiencia, eficacia, economía, pertinencia, sensible y cercana a sus habitantes; privilegiando en todo momento la participación de todos, la misión se basa en cuatro pilares, las que se encuentra articulados con el Plan de Desarrollo Económico y Social de la siguiente manera:

- ✓ Desarrollo con inclusión social con el pilar: **San Andrés con Desarrollo Humano Integral**; construida a partir de la mejora de las condiciones de salud, educación y del saneamiento básico de tal modo de generar un escenario propicio para lograr formar un capital social que sea el protagonista de su desarrollo.

- ✓ El pilar **Machaqueños y organizaciones unidos por el desarrollo**, se pretende fortalecer y mejorar la eficiencia y eficacia en la gestión Municipal; este proceso pretende reducir las debilidades del Municipio (por su menor tamaño en comparación a otros Municipios) y aunar esfuerzos para lograr un mayor desarrollo del Municipio.
- ✓ El pilar **San Andrés de Machaca productiva y competitiva**, pretende lograr la transformación de la matriz productiva Municipal basada en producción primaria, en un matriz que se base en la generación de valor agregado, desde una alianza entre las Markas Aransaya y Urinsaya con el Gobierno Municipal; pilar de desarrollo acorde a la política nacional de formación de empresas estatales para el desarrollo nacional.
- ✓ **Finalmente el pilar San Andrés de Machaca en armonía con la Pachamama**, pretende mejorar las condiciones ambientales del Municipio, aminorando los efectos del cambio climático, y contribuyendo a conservar y mejorar nuestro medio ambiente.

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO

4.1. Aplicación de técnicas e instrumentos

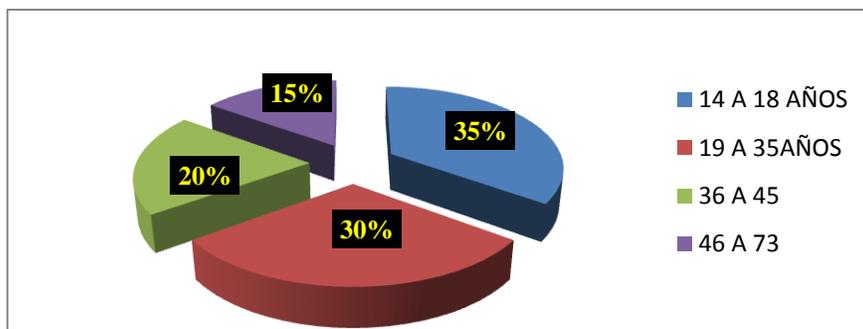
4.1.1. Encuesta para hallar la problemática

La encuesta se desarrolló en el Municipio de San Andrés de Machaca los días: 15, 16 y 17 de enero de la gestión 2015, con una muestra representativa de 362 comunarios/as participantes, la población encuestada fue representada por jóvenes, adultos y adultos mayores de las 52 comunidades. Dicha encuesta se realizó con el fin de obtener datos para sustentar la problemática en el Municipio.

I. PERFIL

1. Edad

GRÁFICO 9



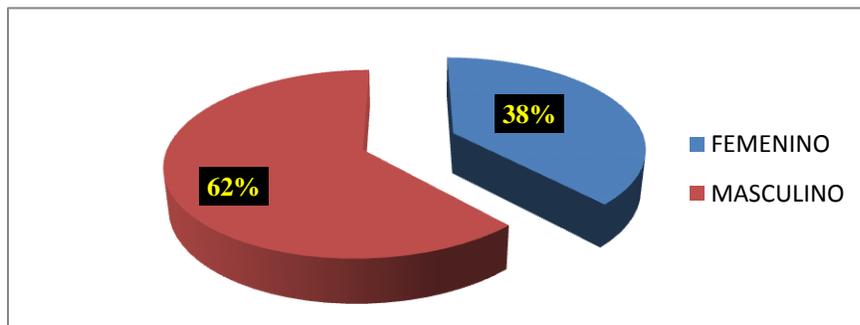
FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

El presente gráfico permitió cuantificar el rango de edad de la población que participó de la encuesta realizada en el Municipio de San Andrés de Machaca. El 35 % de los encuestados posee entre 14 a 18 años de edad, y el 30 % de los encuestados tienen de 19 a 35 años de edad, ante estos resultados la población joven fue la que más participó en la encuesta. Otro de los porcentajes expuestos señaló que el 20% de las personas adultas de 36 a 45 años de edad, participaron en la encuesta y el 15 % restante de los

encuestados son de 46 a 73 años de edad, este resultado deduce poca afluencia de personas de la tercera edad.

2. Sexo

GRÁFICO 10

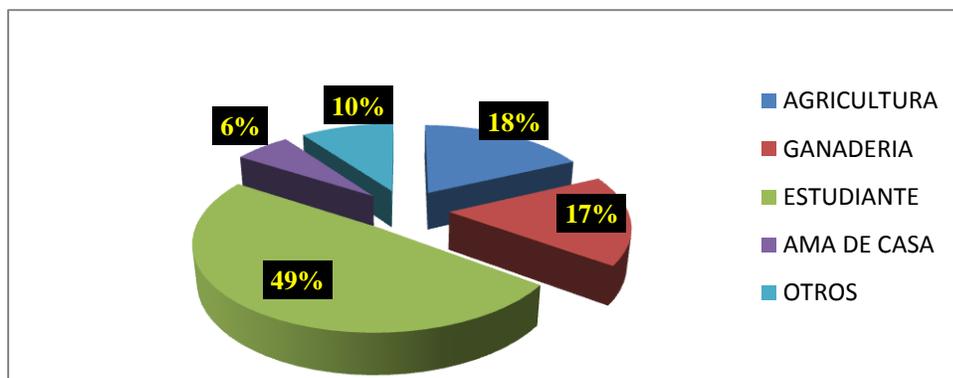


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

El gráfico expuesto representa el nivel de participación, de mujeres y hombres en la encuesta realizada en el Municipio de San Andrés de Machaca, el cual reflejó, la presencia masiva de hombres con un 62% de participación y de mujeres con notable descendencia en representación reflejada en un 38%.

3. ¿Cuál es su ocupación actual?

GRÁFICO 11



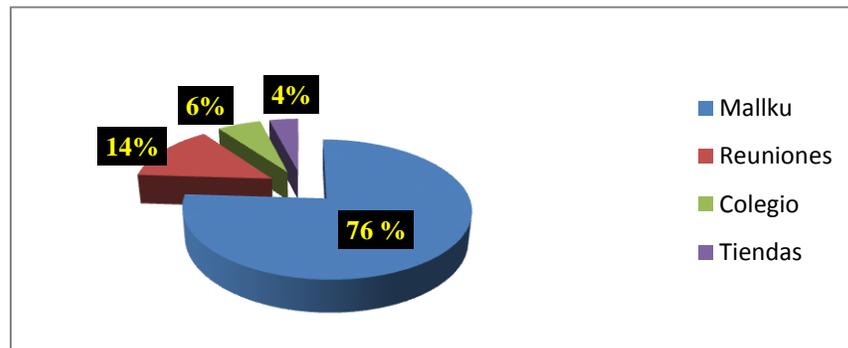
FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

Este gráfico demuestra que de los pobladores que participaron en la encuesta, el 49% señaló que estudia en el colegio, reflejando que la mayor parte de los encuestados pertenece a la comunidad estudiantil. El 18% afirmó que son agricultores, pues se dedican a la siembra y cosecha de papa, quinua y hortalizas. El 17% se dedica a la ganadería, especializado en la crianza de llamas y vicuñas. El 10 % se dedica a otras actividades como: músicos, albañiles, pintores y transportistas. El 6% restante de los encuestados son mujeres que se dedican generalmente a las labores de casa

II. CARACTERÍSTICAS DESDE SU INFORMACIÓN

1. ¿Porque medio se informa sobre las actividades del Municipio?

GRÁFICO 12



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

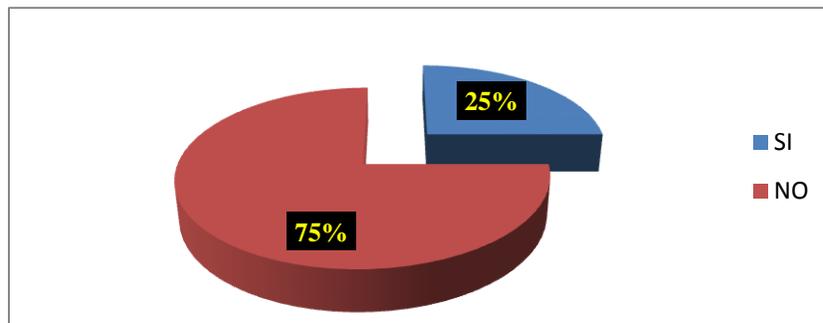
Esta pregunta fue de mayor relevancia porque permitió cuantificar el grado de información que poseen los comunarios/as con respecto a su Municipio.

El 76 % de los encuestados señaló que se informan a través del Mallku, ya este es el representante máximo de su comunidad y encargado de mantener informados a los habitantes de su comunidad, con respecto al contexto Municipal, pero en muchos casos esta información no llega a cubrir al 100% de los comunarios.

El restante 14 % de los encuestados se informa en las reuniones organizadas por la alcaldía cuatro veces al mes. El 6% se informa a través del colegio, pues en algunos casos las notificaciones de reuniones Municipales “especiales” son enviadas a los estudiantes para su respectiva familia. El 4% restante se informa por las tiendas de barrio, transportistas o en inmediaciones de la plaza principal.

1. ¿Asiste a las reuniones del Municipio?

GRÁFICO 13



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

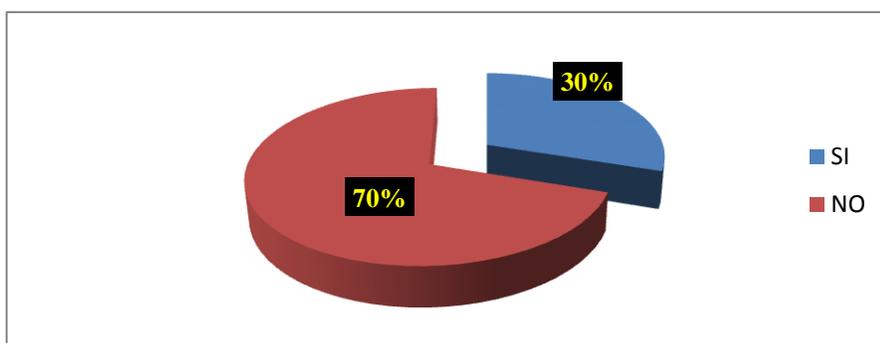
El gráfico expuesto permitió conocer la afluencia de comunarios/as que asisten a las reuniones que convoca la alcaldía.

Los resultados señalan que el 75% de los encuestados NO asiste a las reuniones por diversas razones como: el trabajo, las largas distancias que hay que recorrer, viajes o porque a veces se enteran muy tarde de dichas reuniones, mientras el 25% SÍ asiste porque viven cerca o porque pasaron por la alcaldía y se enteraron en ese momento de la reunión y en otros casos porque se informaron a tiempo.

III. INFORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN

1. ¿Participa de las capacitaciones que ofrece el Municipio en salud, educación y derechos?

GRÁFICO 14



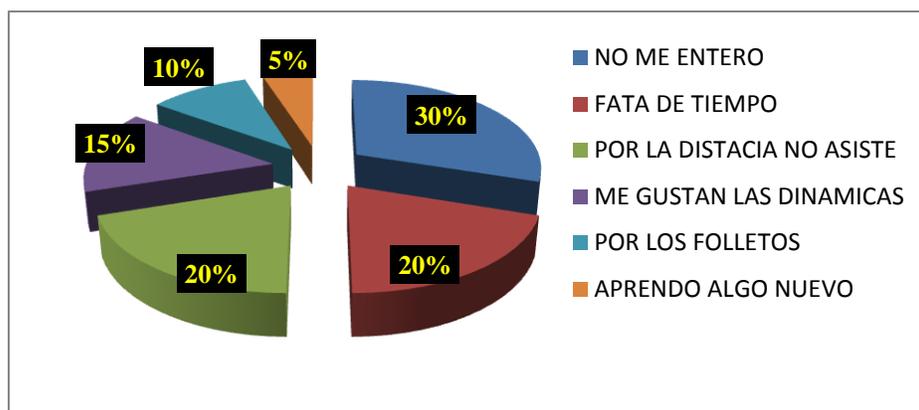
FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

El siguiente gráfico permitió alcanzar el nivel de participación e información adquirida en las capacitaciones que ofrece el Municipio para el bienestar de sus comunarios/as.

El 70 % de los encuestados admitió que NO participa en las capacitaciones que brinda el G.A.M.S.A.M. por el trabajo, la familia en el caso de las amas de casa y en algunos casos porque no se enteraron del día y la hora exacta de dicha capacitación. El restante 30 % de los encuestados SÍ participa de las capacitaciones, porque muchos afirman que les gustan las dinámicas expuestas en las capacitaciones, en otros casos por aprender cosas nuevas para el bienestar de su familia y por los folletos didácticos obsequiados en algunos casos.

2. ¿Por qué?

GRÁFICO 15

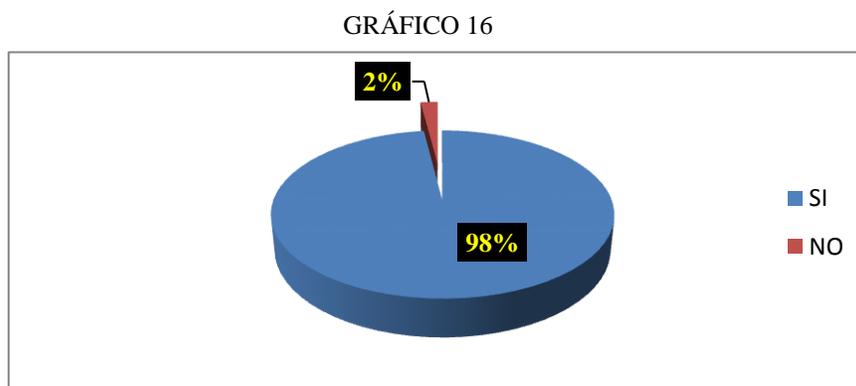


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

Esta pregunta permite aclarar porque SÍ o porque NO participan de las capacitaciones que ofrece el G.A.M.S.A.M. El 30% de los encuestados, señaló que NO se entera de dichas capacitaciones, pues no asiste continuamente a las reuniones cuatro veces por mes que organiza el Municipio. El 20 % afirmó que NO asiste por falta de tiempo, por el trabajo o la familia en el caso de las amas de casa. El 20 % no asiste por las largas distancias que debe recorrer para llegar al (Taypi San Andrés, capital del Municipio) lugar donde se concentran todas las actividades .El restante 30 % de los encuestados SÍ asiste a las capacitaciones por las dinámicas de los expositores, folletos promocionales y porque aprenden algo nuevo para el bienestar de su familia.

IV. PROPUESTAS

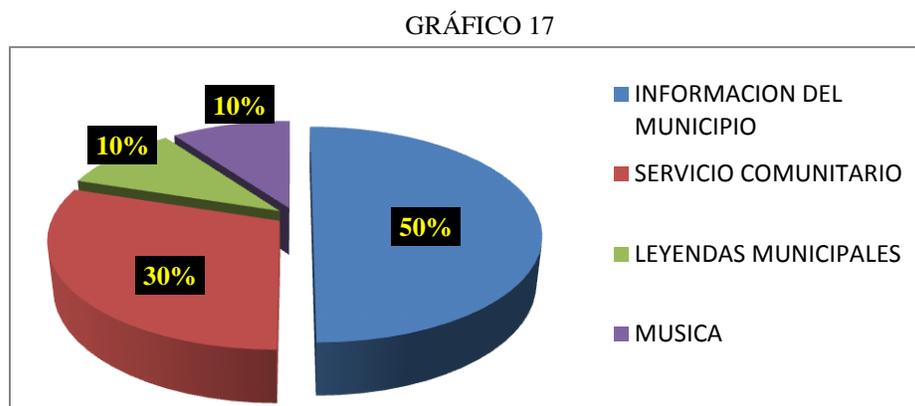
1. ¿Si el Municipio implementara una radioemisora Municipal la sintonizaría?



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

Según el gráfico la población encuestada señala que un 98% de los pobladores SÍ sintonizaría la radio, porque está interesado en la información de su contexto Municipal y el 2% NO sintonizaría la radio porque, pasa la mayor parte de su tiempo en la ciudad de La Paz o El Alto por cuestiones laborales.

2. ¿Por qué?

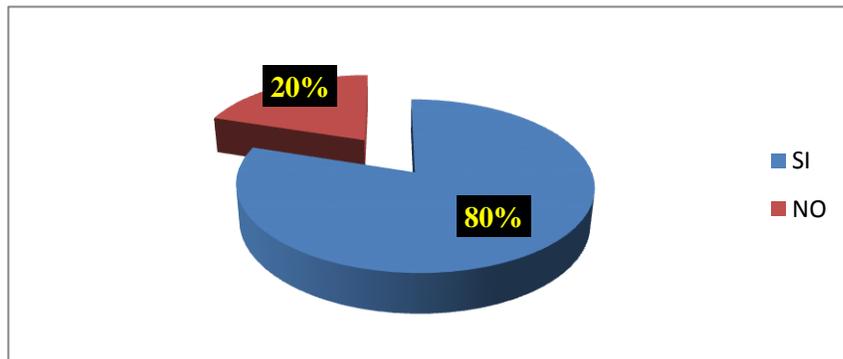


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

Por los datos expuestos el 50% de los encuestados indicó, que escucharía la radio por la información Municipal, pues esta les permitiría estar al tanto de los problemas y de las actividades en general que organiza el G.A.M.S.A.M. El 30% de los encuestados prefiere programas Municipales orientados en ganadería y agricultura. El 10% indicó que le gustaría escuchar leyendas Municipales, como una manera de entretenimiento y el 10% restante sostuvo que le gustaría escuchar música.

3. ¿Participaría en programas radiales del Municipio?

GRÁFICO18

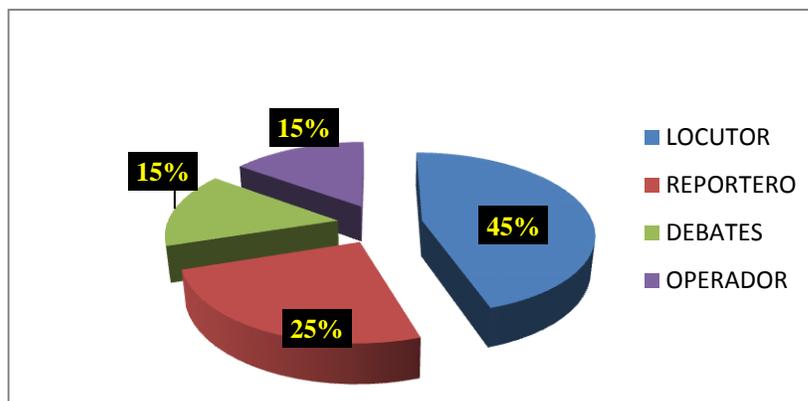


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

Ante este gráfico el 80% de los encuestados respondió que SÍ participaría en los programas radiales del Municipio, brindando información de su comunidad, conduciendo programas, debatiendo respecto a problemas en su entorno y en algunos casos como actores en radionovelas. El 20% sostuvo que NO podría participar en los programas radiales, pues afirman que el trabajo y las labores de casa no se los permitiría.

4. ¿De qué manera participaría?

GRÁFICO 19



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Enero 2015

El 45% de los encuestados indicó que aportaría a la radio formando parte de la locución, pues en este caso el porcentaje expuesto pertenece a la comunidad estudiantil. El 25% afirmó que le gustaría participar en la radio como reporteros en busca de noticias, el 15% participaría en debates respecto a las necesidades y demandas del Municipio. El restante 15% aportaría como operadores de la radio, pues tienen un cierto conocimiento en el manejo de programas en edición de sonido.

La encuesta se desarrolló en el Municipio de San Andrés de Machaca, entre la población encuestada están jóvenes, adultos y personas de la tercera edad que habitan el Municipio actualmente, la misma se realizó en el mes de enero 2015.

4.1.2. Entrevista en profundidad

- **Problemas expuestos por los representantes del G.A.M.S.A.M.**

Las problemáticas identificadas se han establecido a partir de entrevistas a profundidad respecto a la ausencia de difusión de información de las actividades que desarrollan las instituciones y organizaciones públicas, privadas y de convenio para los pobladores. Entre los aspectos más importantes se puede resaltar los siguientes:

Situación que también afectó a los pobladores de la tercera edad, por la falta de información, ha sido en el caso de los cobros de la “Renta Dignidad”, ya que se puede evidenciar la inexistencia de bancos y entidades financieras en el Municipio. Por esta razón el Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca, gestionó con una entidad financiera la posibilidad de pagar las rentas en instalaciones de la alcaldía, pero la afluencia de las personas de la tercera edad fue mínima, por la desinformación que tenían.

En una entrevista realizada al Asesor Jurídico de San Andrés de Machaca Dr. Elizardo Huanca T. confirmó la situación expuesta con respecto al cobro de la Renta Dignidad: “por la distancia y considerando que somos un Municipio nuevo, aún existen muchas carencias; como por ejemplo la falta de entidades financieras para el pago de la renta dignidad y además del bono Juana Azurduy, surgieron problemas en los desembolsos pues las personas beneficiadas de estos bonos económicos no asisten a cobrarlos en su totalidad”.(Entrevista realizada el 04 – 02 -15).

Por otra parte la actividad de apoyo que realizó la “Fundación Suyana” y el “G.A.M.S.A.M.”, con una Expo feria de camélidos “C.A.M.E.L.S.A.M.” realizada el 25 de agosto, fue suspendida por la poca afluencia de los comunarios/as, pues no se alcanzó a difundir la información sobre esta actividad dentro del Municipio.

GRÁFICO 20: Expo feria “C.A.M.E.L.S.A.M.”



FUENTE: Toma fotográfica propia febrero 2015

- **Problema expuesto por el Alcalde**

Según el Alcalde de San Andrés de Machaca, Prof. Macario Mamani Mamani, “desde la división que se dio en el Municipio para su futura fundación, se constató que el problema de la desinformación en las actividades del Gobierno Autónomo de San Andrés de Machaca hacia los comunarios/as, también sobre los logros con respecto a mi gestión, pues creemos que esto se debe a la falta de proyectos orientados a la información. Pues el P.O.A. designado al área comunicación se encuentra congelado ya hace varios años por este problema”. (Entrevista realizada el 20 – 02 -14).

- **Problema expuesto por la responsable del Centro de Salud**

El Centro de Salud “San Andrés de Machaca”, al realizar campañas y promociones de salud no tiene el impacto esperado, por ejemplo, la Campaña de Prevención de ITS y Papanicolaou, que duró una semana, la asistencia fue mínima, el problema es que la difusión de esta campaña no llegó a todas las comunidades.

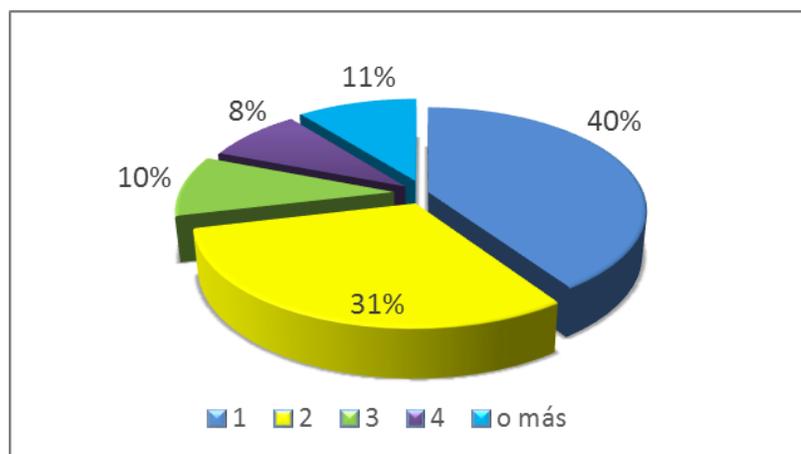
Así mismo, la encargada del Centro de Salud “San Adres de Machaca” Dra. Betyy Paz, expresó, “Me preocupa que las campañas de salud que realizamos por el bien del Municipio no lleguen a tener el resultado esperado por la poca afluencia de pacientes, considero que esto es a causa de la desinformación, además porque las comunidades están muy alejadas y no contamos con medios para llegar a cubrir esos sectores”. (Entrevista realizada 05 - 02 -15)

4.2. Encuesta para conocer la frecuencia del público oyente

Encuesta para conocer los aspectos comunicativos con respecto a la frecuencia del público oyente en el Municipio de San Andrés de Machaca.

1. ¿Cuántos aparatos de radio tiene en casa?

GRÁFICO 21

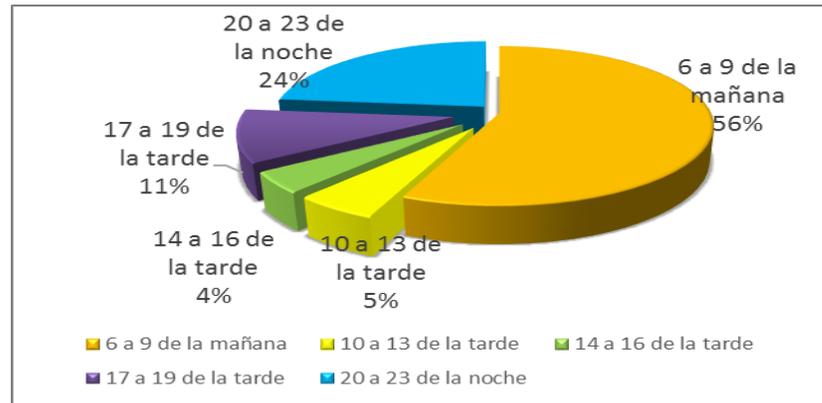


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

El 40% de la población de San Andrés de Machaca solo cuenta con un aparato de radio y muy pocos con más de tres aparatos de radio.

2. ¿A qué hora acostumbra escuchar la radio?

GRÁFICO 22



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

El 56% de la población de San Andrés de Machaca acostumbra escuchar la radio por las mañanas de 6 a 9 de la mañana.

3. Generalmente ¿cuántas horas al día escucha radio?

GRÁFICO 23

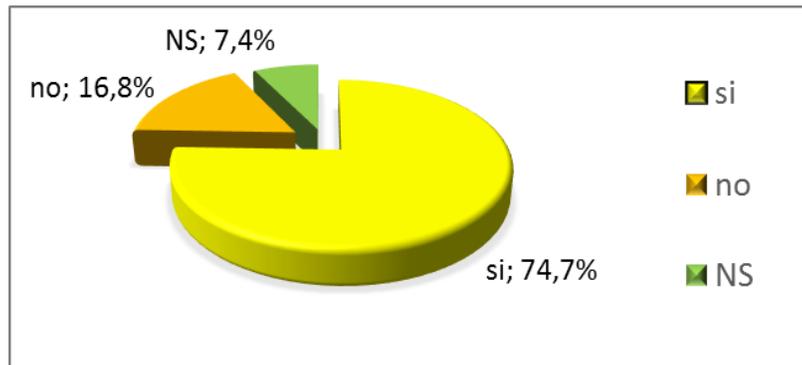


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

En la población de San Andrés de Machaca el 30% acostumbra escuchar la radio de una a dos horas y un 25% todo el día

4. ¿Escucha radio todos los días de la semana?

GRÁFICO 24

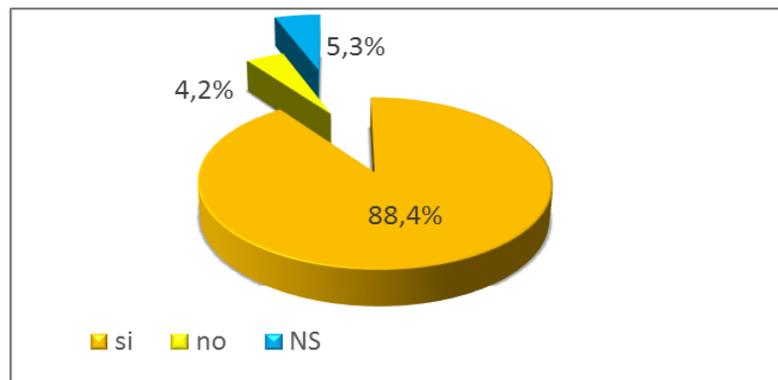


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

Más del 50% acostumbra escuchar la radio durante toda la semana

5. ¿Considera que la radio es un buen medio de comunicación?

GRÁFICO 25

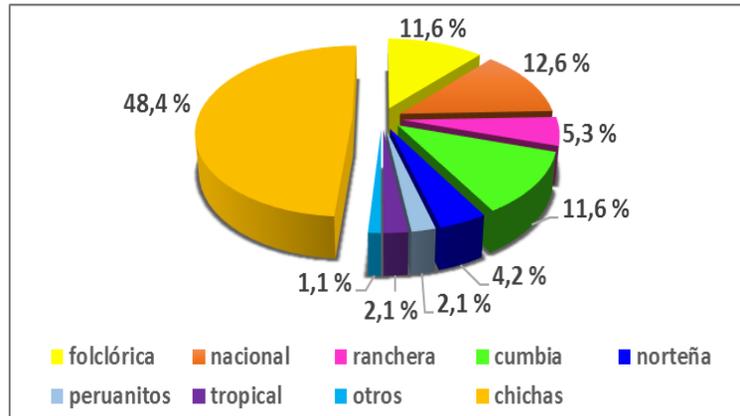


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

Más del 80% de la población cree que la radio es un buen medio de comunicación.

6. ¿Qué clase de música acostumbra escuchar?

GRÁFICO 26

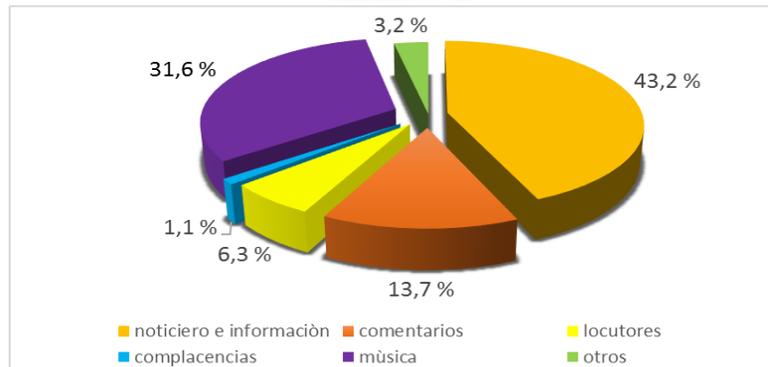


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 201

Casi el 50% de la población escucha música chicha.

7. ¿Qué es lo que más le gusta de la radio?

GRÁFICO 27

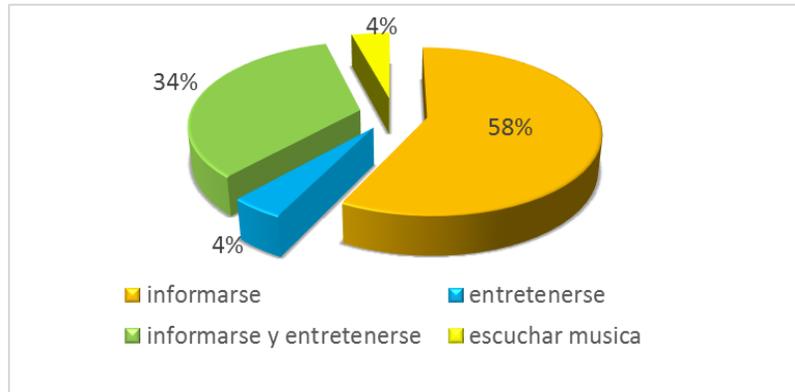


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

El 43% de la población escucha la radio por el noticiero e información.

8. Escucha la radio para:

GRÁFICO 28

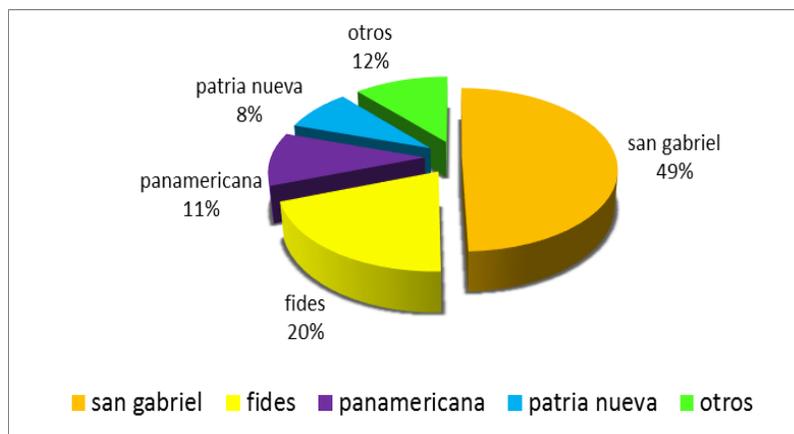


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

El 58% de la población escucha la radio para informarse.

9. ¿Qué radio emisoras escucha más?

GRÁFICO 29



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos - Febrero 2015

Cerca del 50 % de la población escucha radio San Gabriel.

4.3. Conclusiones del diagnóstico

Estas conclusiones provienen de la encuesta realizada del 15 al 17 del mes de enero del 2015 y las entrevistas realizadas los días 4 y 5 de febrero del 2015 a los comunarios/as y representantes de las instituciones ya mencionadas. Por las situaciones expuestas, en los gráficos estadísticos y también respecto a la feria C.A.M.E.L.S.A.M. el cobro de la Renta Dignidad y las campañas que realiza el Centro de Salud, se puede evidenciar que la problemática por la cual atraviesa el Municipio de San Andrés de Machaca, es el resultado de los insuficientes medios de comunicación dedicados a brindar información orientada en su contexto.

Con la situación que existe en el Municipio y sus 52 comunidades, es necesaria la implementación de una Radioemisora Municipal con enfoque comunitario que responda a las necesidades, intereses y demandas de los pobladores, así estarán informados respecto a su contexto, como podemos apreciar en una pequeña comparación en el siguiente gráfico.

GRÁFICO 21: Estrategia comunicacional



FUENTE: Elaboración propia

Con la estrategia comunicacional en San Andrés de Machaca, se podrá coadyuvar a una mejor información orientada al contexto Municipal. Como comunicadores sociales se debe entender que el “público” es más que cifras y porcentajes estadísticos. Son personas que tienen una historia de vida como todos; con problemas, necesidades, sueños, esperanzas y aspiraciones.

CAPÍTULO V

DESARROLLO DE LA PROPUESTA COMUNICACIONAL

Radio Municipal con enfoque comunitario, como medio para coadyuvar a la información, participación y organización de los habitantes de las 52 comunidades del Municipio de San Andrés de Machaca.

5.1. Aspectos generales

Identificada la situación problema de información en San Andrés de Machaca, la propuesta se centra en un instrumento de información, comunicación participativa y comunicación organizacional, que coadyuvará a mejorar la calidad de vida de los habitantes del Municipio.

GRÁFICO 22: Propuesta comunicacional



FUENTE: Elaboración propia

5.2. Descripción del proyecto

La propuesta de este proyecto, es la implementación de una radio Municipal con enfoque comunitario, como instrumento de información, comunicacional participativo y comunicación organizacional, que está dirigida a los habitantes de las 52 comunidades de San Andrés de Machaca de la quinta sección de la provincia Ingavi del departamento de La Paz, con el fin de promover la información, participación y organización en el Municipio. La interpretación del diagnóstico realizado, ha expuesto la carencia de un medio de comunicación que pueda contribuir en la información y participación de sus habitantes.

Tomando en cuenta la revisión bibliográfica sobre medios de comunicación, esta nos permite comprender que la radio es un medio por el cual se puede transmitir con mayor facilidad la información, recepción inmediata, bajo costo y lo más importante no precisa que el oyente deje sus labores de lado.

5.3. Ingeniería del proyecto

La inversión, el manejo y la ejecución estarán a cargo del Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca, el cual regulará el proceso de equipamiento de la radio comunitaria. La adquisición del equipamiento radiofónico tendrá un valor de Bs. 81.783 El cual dejara en pleno funcionamiento la radio comunitaria para su posterior manejo. Por otra parte para una adecuada ejecución del proyecto se realizó una prueba piloto de la programación radial, con la participación de 25 representantes del Municipio, de esta manera se pudo conocer las percepciones de los futuros radioescuchas.

5.3.1. Personal básico de planta

El personal de la radio comunitaria en San Andrés de Machaca estará a cargo del Departamento de Comunicación, quien designará profesionales en el área de Ciencias de la Comunicación, para ello es necesario contar con la presencia de un director, un locutor y un operador, especializados en programas comunitarios así mismo ocuparán el cargo de reporteros cuando la radio lo requiera, este personal será contratado a través de una convocatoria pública, posteriormente la Alcaldía otorgará ítems a los profesionales del área, los cuales percibirán el sueldo mínimo establecido el año 2015 por el Ministerio de Trabajo.

En este segmento se procede a exponer la participación de “los recursos humanos, para que integren los diferentes cargos en la producción y realización de programas radiofónicos”⁷⁹, como lo señala Valdés.

- **Director (a).**- Es la persona encargada de dirigir todo el proceso de ejecución del programa: tanto en pre-producción o realización, producción o realización, y post- producción o realización. Delega funciones, es el cerebro intelectual para la concreción de objetivos, y más que eso es un líder que guía y orienta el programa al éxito del mismo.
- **Locutor (a):** En esta faceta participan desde una a varias personas según requerimiento del formato. Estas personas están al mando o al frente de los micrófonos, mismo que hacen uso de la palabra radiofónico los locutores; en este caso son la o las personas que narran la acción, teniendo para ello: buena dicción, velocidad adecuada, entonación, modulación, naturalidad en la voz.
- **Operador o realizador (a).**- Es la persona encargada del manejo de la mesa de mezclas, consola y demás equipos durante la realización del programa en el estudio. Es decir, es la persona designada para ejecutar con los insumos tecnológicos, la emisión del programa en la estación de radio.

⁷⁹Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit.Kipus, pp. 210-213

Este operador es el que difunde todo el material auditivo preparados para cada programa, y también da paso a la intervención del locutor- presentador, todo a través de los medios tecnológicos radiales. Esta persona es calificada en el manejo de equipos y creativo en las mezclas y cortes radiofónicos.

- **Periodista o reportero (a).**- Es parte del elenco especialista en periodismo radiofónico. Son profesionales encargados sobre todo en el hecho noticioso; respecto del acontecer social, policial, económico, político, cultural, institucional y otros que hagan noticias; tanto a nivel local, nacional o internacional. En la cobertura de la misma deben tener en cuenta la ética periodística.

Los/as periodistas, cumplirán las funciones de reporteros/as: que son responsables de enviar reportes de la actualidad noticiosa o en su caso graban las entrevistas o la noticia, para que sean difundidos oportunamente. Corresponsales son los/as responsables de enviar despachos noticiosos cuando así lo amerite la relevancia noticiosa, que sean convocados por el centro de enlace de la red, a la distancia. Cronista es quien narra la situación que ocurre en el momento noticioso o en su caso cronológicamente es reproducida.

En el caso de la radio comunitaria en San Adres de Machaca el personal designado será ocupado por tres personas quienes al mismo tiempo cumplirán diversas funciones que requiere el medio, esto por la demanda del Municipio por los reducidos ítems otorgados. En cuanto a la difusión de notas estas serán recolectadas dependiendo de las actividades coyunturales en el contexto Municipal.

5.4. Finalidad del proyecto

Fortalecer la información y la participación en los/as habitantes de las 52 las comunidades del Municipio, a través de la implementación de la estación de radio para promover una participación de forma activa.

5.5. Objetivo del proyecto

Impulsar un proyecto de implementación de una radioemisora Municipal con enfoque comunitario, para informar, promoverla participación y la organización de los comunarios/as sobre los logros y actividades del Municipio de San Andrés de Machaca.

5.6. Metas del proyecto

5.6.1. Corto plazo

1. Cooperación del G.A.M.S.A.M. en el mejoramiento de la comunicación e información de manera efectiva en las comunidades de su Municipio.
2. Participación de la población en general para el desarrollo de programas radiales.

5.6.2. Largo plazo

1. Mejoramiento de la comunicación interna y organización efectiva en la alcaldía, para favorecer mayor información y participación de los/as habitantes del Municipio.
2. Que la radio comunitaria sea sostenible y a la vez un instrumento que ayude al progreso del Municipio.

5.7. Desarrollo de la propuesta

5.7.1. Fase preparatoria

La fase preparatoria se divide en dos partes:

Elementos necesarios de la radio

Elementos generales y específicos para el contenido de programas radiales.

5.7.1.1. Elementos de la radio

Son elementos indispensables “para la difusión de programas radiofónicos, que se necesita para efectuar la tarea radiofónica”.⁸⁰

- **Transmisor de FM 1000 watts**

Un transmisor de radio toma la información que va a comunicarse y la convierte en una señal electrónica compatible con el medio de comunicaciones. Este proceso suele incluir la generación de una portadora, la modulación y la amplificación. La señal se lleva después por conductor simple, cable coaxial o guía de onda, a una antena que la difunde por el espacio libre. En este capítulo se analizan los circuitos más comunes en transmisores de radio. Estos equipos incluyen amplificadores, multiplicadores de frecuencia, redes de acoplamiento de impedancias y circuitos de procesamiento de voz. En los primeros transmisores se usaba un explosor conectado directamente a la antena. El único "circuito sintonizado" era la misma antena.

- **Antenas dipolo**

Un dipolo es una antena empleada para transmitir o recibir ondas de radiofrecuencia. Estas antenas son las más simples desde el punto de vista teórico.

La antena dipolo es la más sencilla de todas. Consiste en un hilo conductor de media longitud de onda a la frecuencia de trabajo, cortado por la mitad, en cuyo centro se coloca un generador o una línea de transmisión.

- **Cables de seis metros RG 8 con conectores (N)**

Este es un conector de alto rendimiento ampliamente utilizado en aplicaciones de radiofrecuencia y que, como otros, comenzó a usarse en instalaciones militares.

Los conectores coaxiales, también llamados de RF, son necesarios para poder realizar el paso de la radio frecuencia (RF) de un punto a otro a través de una línea de transmisión,

⁸⁰Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit. Kipus, pp. 97-101

que no es otra que el propio cable coaxial, del que existen numerosos tipos con diferentes calidades y cualidades

- **Divisor de potencia de 1500 watts**

Divisor o splitter de potencia para antena de FM, montaje en torre y apto intemperie, de 4 u 8 salidas, conectores PL o N a elección, todas las opciones de potencia.

Se llama divisor de potencia a un dispositivo que reparte la potencia que recibe a su entrada entre muchas salidas, habitualmente, de forma igualitaria.

Los divisores de potencia se emplean en radiofrecuencia y microondas, comunicaciones ópticas, para enviar a varios dispositivos la potencia recibida por una sola puerta, manteniendo las impedancias adaptadas para tener un bajo nivel de potencia reflejada.

- **Cable coaxial súperflex de 1/2**

Para aquellas instalaciones en las que son necesarias tiradas de cables largas, superiores a 30m. Bobina cable coaxial corrugado 1/2" Superflex 50Ohm (al corte).

- **Consola de 16 canales**

La consola cuenta con un total de 16 canales de entrada con 8 entradas mono y 4 entradas estéreo, procesador de doble efecto, compresión 1-mando, híbridos canales estéreo y control opcional / reproducción de audio.

Las consolas digitales permiten guardar todos los ajustes de mezcla, desde ruteos y ecualizaciones, niveles y procesos, a este procedimiento se le llama almacenar una ESCENA o SNAPSHOT La capacidad de almacenamiento de esta información depende del modelo y marca de la consola

- **Micrófonos**

Es un aparato que se usa para transformar las ondas sonoras en energía eléctrica y viceversa en procesos de grabación y reproducción de sonido; consiste esencialmente en un diafragma atraído intermitentemente por un electroimán, que, al vibrar, modifica la corriente transmitida por las diferentes presiones a un circuito. Un micrófono funciona

como un transductor o sensor electro acústico y convierte el sonido (ondas sonoras) en una señal eléctrica para aumentar su intensidad, transmitirla y registrarla.

- **Micrófonos metálicos**

Es un dispositivo que capta sonidos y los transmite por radiofrecuencias; pueden ser de solapa o de mano (tipo bastón).

La diferencia de los micrófonos con cable y los micrófonos inalámbricos no necesitan cable porque están dotados de un pequeño transmisor de FM (también puede ser de AM, pero los de FM son más habituales). El transmisor de FM (frecuencia modulada puede estar dentro de la carcasa microfónica o ser una unidad independiente (del tamaño aproximado de una cajetilla de tabaco) conectada al micro.

- **Estabilizador de corriente**

Protegen los aparatos de un potente sobre voltaje. Estos sobrevoltajes pueden viajar a lo largo de sus líneas de cable, teléfono o eléctricas y causar daños graves en sus equipos electrónicos de audio y video, computadoras, e incluso electrodomésticos, o destruirlos de inmediato.

- **Impresora**

Es un dispositivo periférico del ordenador que permite producir una gama permanente de textos o gráficos de documentos almacenados en un formato electrónico, imprimiéndolos en medios físicos, normalmente en papel, utilizando cartuchos de tinta o tecnología láser.

- **Computadora**

La computadora, además de la rutina o programa informático, necesita de datos específicos (a estos datos, en conjunto, se les conoce como "Input" en inglés o de entrada) que deben ser suministrados, y que son requeridos al momento de la ejecución,

para proporcionar el producto final del procesamiento de datos, que recibe el nombre de "output" o de salida. La información puede ser entonces utilizada, reinterpretada, copiada, transferida, o retransmitida a otra(s) persona(s), computadora(s) o componente(s) electrónico(s) local o remotamente usando diferentes sistemas de telecomunicación, que puede ser grabada, salvada o almacenada en algún tipo de dispositivo o unidad de almacenamiento.

- **Reporteras**

Es un dispositivo móvil que permite al usuario escuchar sonidos previamente grabados. Estos reproductores por lo general usan baterías como fuente de alimentación. Además, pueden usar distintos tipos de medios de almacenamiento, tanto analógicos como digitales. El sonido es emitido a través de altavoces o auriculares

- **Audífono**

Es un dispositivo electrónico que amplifica y cambia el sonido para permitir una mejor comunicación. Los audífonos reciben el sonido a través de un micrófono, que luego convierte las ondas sonoras en señales eléctricas. El amplificador aumenta el volumen de las señales y luego envía el sonido al oído a través de un altavoz.

- **Micrófono de estudio**

Los micrófonos de estudio son muy específicos según la función que se les quiera dar. En este caso, como que deben captar señales de voz, deben tener una buena respuesta frecuencial en la banda de la voz humana, que comprende frecuencias entre los 90 y 330Hz (se define para los hombres una frecuencia de 100Hz, para las mujeres de 220Hz y para niños de hasta 300Hz). No sólo la respuesta frecuencial es importante, sino la relación señal ruido y la directivita de este. En este caso interesa unos micrófonos directivos, que capten el sonido de la voz, pero no el sonido de los papeles de los tertulianos, el movimiento estos o incluso la entrada y la salida estos a la sala.

- **Conectores PLUF**

Una de las piezas que no se da tanta importancia, porque no es tan obvia es la línea radioelectrónica con su juego de conectores PLUF a cada extremo correspondiente que va a subir la transmisión para irradiarla, uniendo el equipo transmisor y la antena. Se recomienda que tenga un múltiplo o sub-múltiplo del Lambda, si se va a utilizar una frecuencia fija. Se recomienda que esta línea no sea muy extensa, ni muy delgada, que tenga 50 ohmios y la calidad adecuada, que no haga vueltas con el cable o tenga varias extensiones ya que en ese camino la transmisión va a tener pérdidas de potencia, medido en decibeles, que se va perder tan solo en el trayecto, y su cualidad afectara todos los equipos de la radio.

- **Conectores RCA**

Se utiliza para enviar señales de video y audio (en mono o estéreo) a través de un cable de dos hilos, con un método de transmisión que puede ser tanto analógico como digital.

El diagnóstico descriptivo e interpretativo permitió diseñar el esquema de la estructura general de equipos radiofónicos, además de los programas y sus contenidos. La otra subdivisión se basa en los resultados de la encuesta para determinar las demandas, necesidad e intereses de los comunarios/as con respecto a la realización de programas radiales.

5.7.1.2. Contenido de programas radiales

Se realizó el trabajo de campo en instalaciones de la alcaldía, con el objetivo de recabar ideas y sugerencias para el contenido radial, donde se organizó dos reuniones en las que se trabajó con la participación de grupos focales. La primera se llevó a cabo con 25 representantes seleccionados por la alcaldía de San Andrés de Machaca, tomando en cuenta sus administrativos, organizaciones sociales, centro de Salud y al colegio.

La segunda reunión se realizó también en instalaciones de la alcaldía, donde se trabajó nuevamente con grupos focales conformados por los mismos 25 representantes, los cuales escucharon el audio de programación radial con sus aportes y sugerencias.

5.7.1.3. Producción de programas radiofónicos

La producción radiofónica es el proceso de elaboración de contenidos sonoros para un determinado programa, relacionado propiamente con su edición. “En la producción de programas radiofónicos es primordial los siguientes puntos”.⁸¹

1. Diseño de la planificación

Este diseño consiste en la concepción y estructuración del conjunto de contenidos sistematizados entorno a un título dentro de una duración determinada, conforme a una unidad y coherencia de tratamiento, estructura y tiempo para ser difundidos en una programación y este programa se define por su contenido y su tema.

Esta sistematización de contenidos radiofónicos deberá considerar también, los recursos humanos y tecnológicos, al momento de concebir el programa.

2. Justificación

Es la parte donde se explica ¿porque? Y ¿para qué? vamos a realizar el programa, es decir, cuál es la razón para diseñar un programa.

3. Segmento de audiencia

Responde a la pregunta ¿a quién? Luego de justificar, se precisa a segmento de audiencia se quiere llegar, sea esta: general, especializada, a un grupo por la edad, peculiaridad sociocultural y puede ser combinada.

⁸¹Valdés, O. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: EditKipus, pp. 205-210.

Es importante definir el público al cual queremos llegar con nuestro programa para un impacto más eficiente.

4. Objetivos

Es una de las partes fundamentales de la planificación radiofónica, aquí se responde a la pregunta ¿Qué? Y ¿Cómo? Vamos a cumplir lo que nos proponemos. Es decir qué es lo que se pretende con el programa y cómo se lograra.

5. Elección de género y formato

Aquí se responde a la pregunta ¿en qué forma se utilizara el programa? En esta parte se debe elegir a que género radiofónico se adscribirá y en qué tipo de formato funcionaría este programa según el objetivo.

6. Elección de medio radiofónico

Responde a la pregunta ¿por dónde? En esta parte se debe elegir el medio de comunicación radiofónico por dónde se difundirá el programa. Este medio, se tendrá que adecuar a las intenciones de dicho programa, además se debe diagnosticar: a qué tipo de audiencia llegara con ese programa, que objetivos se seguirá.

7. Periodicidad

Responde a la pregunta ¿Cuándo? En esta parte se determina con que regularidad se efectuará el programa: mensual, semanal, entre semana, alternando los días o a diario, entre otras delimitaciones.

En este acápite además se adjunta: la duración temporal, es el tiempo de emisión del programa y la hora de emisión, es decir, a qué hora del día se difundirá el programa. Además del ciclo de vigencia del programa, o sea, cuánto tiempo estará al aire el programa.

8. Elección del nombre del programa

El nombre es la carta de presentación del programa, el mismo deberá ser atractivo, breve y deberá expresar todo el propósito y contenido. Es decir, es el resumen en una o tres palabras que definen las características del programa.

9. Elección del elenco

Es la parte donde se procede a la elección de recursos humanos, para que integren los diferentes cargos en la producción y realización del programa.

- DIRECTOR
- COORDINADOR
- LIBRETISTA
- LOCUTORES O ACTORES
- PRODUCTOR (A)
- PERIODISTAS
- OPERADOR O REALIZADOR (A)

10. Estructura y cronología

Es la parte donde se determina el contenido y orden de los segmentos o espacios, de la forma en que se va a presentar el programa. Es decir, el encadenamiento lógico y radiofónico.

5.7.1.4. Estructura de la programación radial

Se presentó un esquema del guion radiofónico, estructurado de acuerdo al esquema del autor Valdez⁸², el cual se utilizó para que los comunarios brinden su aporte y modificación trabajando en grupos focales para una mejor aceptación.

PROGRAMACIÓN – MAÑANA

CUADRO 8: Guion de programación para prueba piloto

Nº	HORA	FORMATO	PROGRAMA	CONTENIDO	RESPONSABLE
1	05:45 06:00	Inicio de emisión			Operador
2	06:00 07:00	Periodístico	Espacio de Noticias		Locutor y Operador
3	07:00 08:00	De Opinión	Espacio de la Alcaldía		Locutor y Operador
4	08:00 09:00	Periodístico	Espacio Juvenil		Locutor y Operador
5	09:00 10:00	Periodístico	Espacios para la Agronomía		Locutor y Operador
6	10:00 10:30	Musical	Espacio musical		Locutor y Operador
7	10:30 12:00	Cierre de emisión			Operador

FUENTE: Elaboración propia

⁸² Valdez, O. (2006). La radio: fundamentos básicos. Oruro-Bolivia: Edit. Kipus, pp 240-241

PROGRAMACIÓN – TARDE

CUADRO 9: Guión de programación para la prueba piloto

Nº	HORA	FORMATO	PROGRAMA	CONTENIDO	RESPONSABLE
1	17:45 18:00		Inicio de emisión		Operador
2	18:00 19:00	Musical	Espacio Musical		Locutor y Operador
3	19:00 20:00	Dramático	Espacio Cultural		Locutor y Operador
4	20:00 21:00	Periodístico	Espacio de Noticias		Locutor y Operador
5	21:00 22:00	De Opinión	Espacio en Salud		Locutor y Operador
6	22:00 23:00	Periodístico.	Espacio de la Alcaldía		Locutor y Operador
7	23:00 00.00	Cierre de emisión			Operador

FUENTE: Elaboración propia

5.7.1.5. Finalidad de la radio en San Andrés de Machaca

La finalidad de la emisora radial tiene como carácter:

Interno

- Promover la organización del G.A.M.S.A.M. y sus miembros.
- Guiar el trabajo de los administrativos del G.A.M.A.S.A.M. con respecto al Municipio.

Externo

- Crear un ambiente de comunicación participativa entre sus comunarios/as.
- Crear un ambiente de información entre organizaciones sociales y el Municipio.
- Impulsar la participación activa de los jóvenes.

- Brindar información adecuada y actualizada sobre el contexto Municipal.

5.7.1.6. Beneficiarios de los programas radiales

Los que se beneficiarán de los programas radiales son:

- La alcaldía que será beneficiada para una mejor organización interna.
- Los/as habitantes del Municipio de San Andrés de Machaca, que participarán de los programas radiales y formarán parte de su audiencia.
- Además de la instituciones y organizaciones que se beneficiaran con espacios de programación en la radio.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DE EJECUCIÓN E INDICADORES DE EVALUACIÓN

Radio Municipal con enfoque comunitario, como medio para coadyuvar a la información, participación y organización de los habitantes de las 52 comunidades del Municipio de San Andrés de Machaca.

6.1. Planificación estratégica del proyecto

ESTRATEGIA	INDICADORES	FUENTE DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN: Fortalecer la información y la participación en los/as habitantes de las 52 comunidades de San Andrés de Machaca, a través de la implementación de equipos y programación radial, basados en el contexto social, para promover la participación de forma activa de la comunidad con su Municipio.</p>		<p>-Presentación de la proforma de equipos radiales.</p> <p>-Contenido de la programación radiofónico.</p> <p>-Proyecto de grado.</p> <p>-Certificado de respaldo de parte de la alcaldía.</p>	<p>Reconocimiento y credibilidad de la sociedad civil y gubernamental del G.A.M.S.A.M. por el trabajo y participación de los habitantes en el Municipio.</p>
<p>PROPÓSITO: Impulsar un proyecto de implementación de una radioemisora Municipal con enfoque comunitario y la programación radiofónica, para informar y promover la participación de los/ascomunarios/as sobre los logros, actividades del Municipio y la organización en</p>		<p>- Presentación de la proforma de equipos radiales, aprobada por la alcaldía.</p> <p>- Registro de Audio “contenido de la programación piloto”.</p>	<p>Radio Municipal con enfoque Comunitario, como instrumento queapoya a la información, participación y comunicación del G.A.M.S.A.M.</p>

el Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca.			
<p>ACTIVIDAD 1:</p> <p><u>Socialización del Provento</u></p> <p>-Reunión con autoridades y administrativos de la alcaldía</p> <p>-Reunión con autoridades originarias (Mallku's)</p> <p>-Reunión con los encargados del Centro de Salud San Andrés de Machaca</p> <p>-Reunión con estudiantes del colegio "San Andrés de Machaca".</p>	<p>Se habla de los problemas comunicacionales en el Municipio:</p> <p>-Falta de información sobre las actividades, logros del Municipio en las comunidades.</p> <p>-Falta de asistencia de los/ascomunarios/as a las actividades productivas del Municipio.</p>	<p>- Certificado de respaldo de la alcaldía de San Andrés de Machaca.</p> <p>- Memoria fotográfica.</p>	<p>Disponibilidad y coordinación del G.A.M.S.A.M. para realizar el proyecto comunicacional.</p>
<p>ACTIVIDAD 2:</p> <p>Realizar encuesta a los/as habitantes de las 52 comunidades. (Tomando en cuenta una muestra probabilística).</p>	<p>Nº De encuestas = 362.</p> <p>Nº De participantes = 362</p>	<p>- Registro de participantes, en la encuesta.</p> <p>- Registro de participación con memoria fotográfica.</p>	<p>Resultado de la encuesta, satisfactorio.</p>
<p>ACTIVIDAD 3:</p> <p>Realizar cotizaciones de los equipos de radioemisora Municipal.</p>	<p>Nº De proformas= 3.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Electrónica SALEM comunicaciones - YAESU comunicaciones. - HUCAR comunicaciones 	<p>Informes escritos de proformas (empresas de equipos radiales).</p>	<p>Coordinación con el G.A.M.S.A.M. y las empresas para trabajar de forma conjunta en el proyecto comunicacional.</p>

<p>ACTIVIDAD 4:</p> <p>Realizar talleres auditivos para la validación final de la programación radial con los/as 25 representantes del G.A.M.S.A.M., que fueron seleccionados por la alcaldía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrativos de la Alcaldía =8 • Autoridades Originarias =6 • Centro de Salud =6 • Colegio =5 	<p>Nº de cuestionarios realizados en la pre evaluación = 25</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios. • C-D Con el contenido de la programación radial. • Memoria fotográfica. 	<p>Resultado de validación satisfactorio.</p>
<p>RESULTADO 1:</p> <p>Propuesta del proyecto comunicacional, con participación del alcalde, Macario Mamani Mamani y el oficial técnico Rolando Luna, Elizardo Huanca asesor jurídico, además de los Mallku's representantes, con quienes se reflexionó sobre los problemas comunicacionales en el Municipio y sobre la estructura un proyecto de acuerdo al problema.</p>	<p>Nº De problemas en el Municipio.</p> <p>Nº De propuestas de proyectos.</p> <p>Nº De habitantes y comunidades en el Municipio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Certificado de respaldo de la alcaldía de San Andrés de Machaca. - Registro de participación con memoria fotográfica. - Credencial Institucional, otorgada por la alcaldía. 	<p>Disponibilidad de las autoridades Municipales para coordinar las actividades sobre el proyecto comunicacional (P.O.A. proforma) y el financiamiento por parte del Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca.</p>
<p>RESULTADO 2:</p>	<p>Nº De participantes = 362</p>	<p>Registro de participantes, en</p>	<p>Resultado de la encuesta</p>

<p>Evidente necesidad del proyecto comunicacional de radioemisora Municipal con enfoque comunitario.</p>		<p>la encuesta.</p>	<p>satisfactorio. Aceptación de los habitantes del Municipio para la implementación de la radioemisora Municipal con enfoque comunitario.</p>
<p>RESULTADO 3: La proforma es aceptada por el G.A.M.S.A.M ya que está dentro del presupuesto de Bs. 100.00 que otorga el P.O.A.</p>	<p>Nº De proformas aceptadas = 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documento impreso de la propuesta. - Registro de informes de proformas impresos. 	<p>Interés de la alcaldía en financiar el proyecto de implementación de equipos y programación radial. Disponibilidad del G.A.M.S.A.M. para el financiamiento del proyecto.</p>
<p>RESULTADO 4: La propuesta de la programación radial es redactada ante la validación de los/as 25 representantes del G.A.M.S.A.M.</p>	<p>Nº De encuentros con los representantes del G.A.M.S.A.M.=2</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Registro de participantes en memoria fotográfica. - Guión de la propuesta de programación radial. 	<p>Comunarios/as conocen el guión radiofónico. Empoderamiento del guión radiofónico por parte de los/as comunarios/as.</p>

6.1.1. Fase preparatoria

ACTIVIDAD	TAREAS A REALIZAR	TÉCNICA	RECURSOS MATERIAL	TIEMPO 3 horas	RESPONSABLE
En base a la estructura del guion se trabajó en el guion radiofónico con grupos focales.	-Determinar los implementos necesarios para la radioemisora. -Diseñar la estructura de los programas radiales.	Sistematización.	-Hojas bond. -Bolígrafos.	30 min	Proyectistas.
Primer encuentro con representantes de : -Administrativos de la alcaldía. -Autoridades originarias. -Centro de Salud.	Organizar grupos, cinco grupos focales de los 25 participantes.	-Lluvia de ideas. -Diálogo. -Participación.	-Hojas bond. -Bolígrafos.	2:30 hrs	Proyectistas.

6.1.2. Fase de ejecución

ACTIVIDAD	TAREAS A REALIZAR	TÉCNICA	RECURSOS MATERIAL	TIEMPO	RESPONSABLE
Elaborar el diseño de la propuesta de programas radiales.	Identificar la metodología adecuada para el diseño de programas radiales, enfocados en informar y generar participación..	Diálogo.		Dos meses.	Proyectistas.
Realizar reuniones con grupos focales para modificar el diseño de los programas radiales.	Organizar reuniones con 25 representantes: <ul style="list-style-type: none"> • Administrativos de la alcaldía. • Autoridades originarias. • Estudiantes del colegio. • Hospital. 	Diálogo. Participación. Debate.	Hojas bond. Bolígrafos.	Dos horas por día en tres días.	Proyectistas.
Realizar la redacción final de la programación radial.	En coordinación con los participantes de los grupos focales se redacta el contenido de la programación radial.	Sistematización.	Paleógrafos.	Media jornada.	Proyectistas.

6.1.3. Fase de evaluación y seguimiento

ACTIVIDAD	TAREAS A REALIZAR	TÉCNICA.	RECURSOS MATERIAL	TIEMPO	RESPONSABLE
Se realizó la segunda reunión de grupos focales, para evaluar el trabajo final, con las propuestas realizadas por los/as 25 representantes en la primera reunión.	Difusión final.	Diálogo. Observación.	Alto parlante. Laptop.	2 horas.	Proyectista.
Realizar el seguimiento respectivo a la implementación de la radioemisora Municipal con enfoque comunitario.	Observar el trabajo de la implementación.	Diálogo. Entrevista. Observación.	Proforma. Impresa.	6 meses.	Proyectista.
Realizar el seguimiento y desarrollo pertinente a la	Impulsar la participación de los/ascomunarios/as en la radioemisora Municipal, haciendo	Diálogo. Participación. Observación.	Audios de radios comunitarias vecinas.	3 meses.	Proyectista.

programación radial, en el Municipio	uso del guión. Realizar sondeo de opinión a los involucrados.				
--------------------------------------	--	--	--	--	--

6.2. Fase de ejecución de la prueba piloto

Esta propuesta sobre la herramienta metodológica descriptiva de los hermanos Moreno a partir de la información, participación y comunicación organizacional de Benito, Beltrán y Fernández. Plasmados para impulsar una implementación de la radio Municipal con enfoque comunitario, con los respectivos equipos radiales, además de la estructura básica de la programación radial.

El contenido y diseño de los programas radiales se estructuró a partir del estudio de campo que involucró al estamento estudiantil del colegio “San Andrés de Machaca”, administrativos de la alcaldía, Centro de Salud y los representantes de las organizaciones sociales del Municipio, a través de la conformación de grupos focales que aportaron al desarrollo de la estructuración de los programas radiales. Se llegó a la conclusión del siguiente contenido enmarcado en celeste:

PROGRAMACIÓN – MAÑANA

CUADRO 10: Guion de planificación para la prueba piloto

N°	HORA	FORMATO	PROGRAMA	CONTENIDO	RESPONSABLE
1	05:45 06:00		Inicio de emisión	Mantener audiencia con música.	Operador
2	06:00 07:00	Periodístico	AL DÍA CON SAN ANDRÉS DE MACHACA	Informar sobre el contexto Municipal	Locutor y Operador
3	07:00 08:00	De Opinión	AYUDÁNDONOS Revista matinal (caminando por las comunidades) y actividades del G.A.M.S.A.M.	Contiene noticias, sobre las actividades que desarrolla la Alcaldía por el bienestar de sus comunidades.	Locutor y Operador
4	08:00 09:00	Periodístico	ESENCIA JUVENIL(PICA) Espacio de educativo y orientación.	Orientar a la juventud sobre los derechos y deberes de los actores de la familia, además de las leyes que nos amparan.	Locutor y Operador además de la institución responsable
5	09:00 10:00	Periodístico	HUELLAS ANDINAS(BOL.AGRO)	Difundir material respecto agronomía	Locutor y Operador
6	10:00 10:30	Musical	FIEBRE MUSICAL	Deleitar a la población con música folclórica boliviana	Locutor y Operador
7	10:30 12.00	Cierre de emisión			Operador

FUENTE: Elaboración propia

PROGRAMACIÓN - TARDE
CUADRO 11: Guion de planificación para la prueba piloto

Nº	HORA	FORMATO	PROGRAMA	CONTENIDO	RESPONSABLE
1	17:45 18:00		Inicio de emisión	Mantener audiencia con música autóctona.	Operador
3	18:00 19:00	Musical	SONIDO TROPICAL	Entretener a la población con los cinco mejores éxitos tropicales.	Locutor y Operador
4	19:00 20:00	Dramático	MI TIERRA	Fortalecer la educación con cuentos ancestrales en la cultura	Locutor y Operador
5	20:00 21:00	Periodístico	NOTICIERO CENTRAL SAN ANDRÉS	Informar sobre los acontecimientos sociales que acontecen día a día	Locutor y Operador
7	21:00 22.00	De Opinión	VIDA SANA	Orientar a la población sobre los cuidados y la importancia de la salud.	Locutor y Operador
	22:00 23:00		AYUDÁNDONOS (REPRÍS) Revista matinal (caminando por las comunidades) y actividades del G.A.M.S.A.M.	Contiene noticias, sobre las actividades que desarrolla la Alcaldía por el bienestar de sus comunidades.	
7	23:00 00.00	Cierre de emisión			Operador

FUENTE: Elaboración propia

En la fase de ejecución de la prueba piloto se realizó y ejecutó los programas radiales, tanto de recursos humanos y tecnológicos que entran en acción, para procesar y obtener resultados óptimos, con cuatro elementos a seguir:

1. Lenguaje de señas.- Es el lenguaje con el que se entendieron los locutores-presentadores, con los operadores y productores, mientras se emitan los mensajes radiofónicos sin utilizar el habla. Sirvió básicamente para brindar pautas mediante señas con las manos, movimientos de la cabeza y hasta los gestos de la cara, con el propósito de efectivizar fluidamente, la grabación o emisión radiofónica.

2. Libreto o guion

El libreto.- Se utilizó para la transcripción y el orden textual de todo el contenido de la programación, con el uso del lenguaje radiofónico adecuadamente articulado. Es decir, es donde se verificó la interacción de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio a su debido tiempo.

El guión.- Es la forma resumida y punteada que esquematizó ordenadamente el turno de intervención de los participantes para que los mismos desarrollen el programa y la producción.

3. Dirección y coordinación.- El director conjuntamente con el coordinador del programa reunieron todos los elementos que formaron parte en la producción y realización de la programación

4. Producción del programa: Grabado.- En esta parte todos los recursos tecnológicos, y componentes del lenguaje radiofónico junto a los recursos humanos se encontraron en plena acción. El guía de este proceso fue el director radiofónico que ordena cuando y como los integrantes iniciaron y culminaron su intervención.

6.2.1. Resultados de la prueba piloto

Es la parte culminante de la propuesta de programación. Se comprueba si se alcanzó los objetivos y fines trazados en la planificación. En otras palabras, si se respondió a las inquietudes planteadas por los representantes del Municipio en sus requerimientos radiofónicos. Y finalmente, se obtuvo la aceptación del público oyente, con respecto al contenido de la programación que se difundió en la prueba piloto.

GRÁFICO 23: Diseño comunicacional



FUENTE: Elaboración propia

6.2.2. Fase de evaluación y seguimiento de la prueba piloto

- La evaluación permite medir la aceptación o reprobación del material.
- El seguimiento permite demostrar la validez del documento.

6.2.2.1. Pre-evaluación

Se organizó una pre-evaluación el 4 de junio de 2015, para verificar la aceptación de los/as comunarios/as, con respecto a la programación que emitirá la radio Municipal, a partir de esta programación que fue presentada en guiones, se procedió a la validación y posterior reestructuración de la misma, con el apoyo de grupos focales, donde participaron los representantes del G.A.M.S.A.M. colegios, Centro de Salud, además de las Organizaciones Sociales.

GRÁFICO 24: Presentación de esquema del guion



FUENTE: Elaboración propia

Este material permitió que el G.A.M.S.A.M. y los habitantes del Municipio aporten y opinen respecto al desarrollo de la programación que será emitida, de esta manera se cumplirá con los objetivos de la institución.

Fase preparatoria:

La pre-evaluación se realizó en inmediaciones de la Alcaldía, ubicada en la localidad de Taypi San Andrés (Capital de San Andrés de Machaca), donde participaron 25 representantes de las instituciones públicas y organizaciones sociales. La estructura del guión fue presentada ante los grupos focales, que posteriormente se realizaron trabajos de mesa, para poder modificar y aportar al mismo.

Fase ejecución:

En esta fase se procedió a dividir a los/as 25 participantes conformando cinco grupos, para realizar el trabajo de mesa, donde se planteó la reestructuración del guión en base a diversas temáticas que competen al Municipio. En este trabajo se usó la técnica de debate y lluvia de ideas como estrategia comunicacional para la modificación del guión.

Fase de evaluación:

En la fase de evaluación se procedió a realizar ajustes y cambios en la estructura y contenido del guión, tomando en cuenta las propuestas que surgieron en el trabajo de los grupos focales y posteriormente proceder con la redacción final para el contenido de la progresión radiofónica.

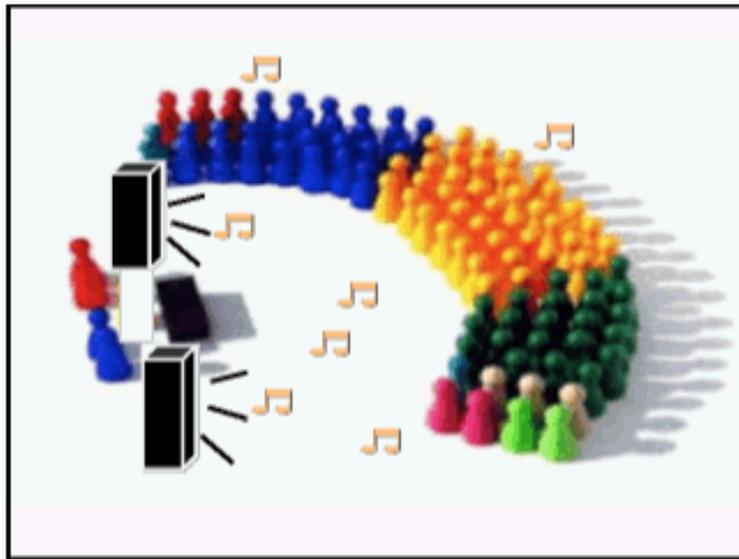
6.2.2.2. Evaluación**Fase preparatoria:**

En esta fase se tomó en cuenta la redacción final del guion con el contenido radiofónico, se procedió a la grabación y edición del guión, ya valorado por los/as 25 representantes del Municipio, que participaron en el pre evaluación en los grupos focales. Con el contenido grabado y editado, el 20 y 21 de julio se citó nuevamente a los representantes, para la evaluación y valoración de la programación final.

Fase de ejecución:

En esta fase se ejecutó la programación piloto en audio, la misma se difundió a través de alto parlantes, durante dos horas, en instalaciones de la alcaldía ubicada en la localidad de Taypi San Andrés (capital de San Andrés de Machaca), donde acudieron los/as 25 representantes G.A.M.S.A.M.

GRÁFICO 25: Ejecución de la prueba piloto



FUENTE: Elaboración propia

Fase de evaluación:

Una vez emitido el material auditivo se pidió a los oyentes proceder con la evaluación a través de una encuesta, estructurada con preguntas cerradas, de la cual se obtuvo los siguientes resultados. Se verificó la aceptación del Municipio con respecto a la programación radial.

6.3. Descripción de los resultados

1. ¿Está conforme con la programación radial?

Resultado: De 25 oyentes, 23 respondieron que **SÍ** están conformes con la programación radial, afirmando que esta posee variedad y dos de ellos respondieron que **NO**. brindaron las siguientes sugerencias para una mejor programación:

- 1.- Radio novelas en aymara
- 2.- Difusión de programas agropecuarios

2. ¿Qué opina de la programación radial?

Resultado: De 25 oyentes, diez marcaron la opción **EXCELENTE**, ocho eligieron la opción **BUENA**, siete marcaron la opción **REGULAR**, sugirieron resaltar más el ámbito educativo, y que se debería enfatizar noticias de San Andrés de Machaca.

3. ¿Participaría en los programas radiales?

Resultado: De 25 oyentes, todos respondieron de forma afirmativa, la representante del Centro de Salud, expuso que su participación sería continua pues la radio ayudaría a la difusión de campañas en Salud, lo mismo que el odontólogo y la nutricionista. En el caso de los estudiantes mostraron interés en participar y producir programas juveniles para el entretenimiento de la juventud de San Andrés de Machaca. Por su parte los administrativos de la alcaldía indicaron que aportarían difundiendo las actividades, obras y logros del Municipio. En el caso de los representantes de las organizaciones sociales, aportarían con programas que promuevan el desarrollo de su comunidad.

4. ¿Acudiría a la radio para acceder a sus servicios publicitarios y de opinión?

Resultado: De 25 oyentes, todos/as respondieron de forma afirmativa. Los/as representantes de las organizaciones sociales manifestaron que es un elemento indispensable, pues a partir de este pueden exponer su opinión sobre temas coyunturales del Municipio y así también promocionar sus ferias.

5. ¿Estaría dispuesto a colaborar económicamente a la radio, por la emisión de anuncios publicitarios de su institución u organización?

CUADRO 13: Anuncios publicitarios

DETALLE DE AVISOS	PRECIO SEMANAL Bs.
Avisos personales	9
Avisos institucionales y de organizaciones	15
Campañas salud	75
Campañas G.A.M.S.A.M.	75
Campañas políticas	87,5
Publicidad Municipal	37,5
Publicidad comercial	75

FUENTE: Elaboración propia

Resultado: De 25 oyentes, todos/as respondieron de forma afirmativa, ya que están de acuerdo con los precios de la tabla.

6.4. Viabilidad financiera

Los recursos financieros de la radioemisora comunitaria estarán constituidos básicamente por:el Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca con los recursos del P.O.A. También se considera la posibilidad de ingresos en materia publicitaria colectiva y de interés general para su sustento.

6.4.1. Presupuesto de ingresos

CUADRO 14: Presupuesto de Ingresos de la radio

DETALLE	SEMANA (Bs.)	MES (Bs.)	AÑO (Bs.)
Avisos personales	9	36	432
Avisos Institucionales y de Organizaciones	15	60	720
Campañas de Salud	75	300	3600
Campañas G.A.M.S.A.M.	75	300	3600
Campañas Políticas	87,5	350	4200
Publicidad Municipal	37,5	150	1800
Publicidad Comercial	75	300	3600
TOTAL			Bs. 17952

FUENTE: Elaboración propia

6.4.2. Presupuesto del equipo radial

La alcaldía a través del Departamento de Comunicación y el P.O.A. designó Bs.100.000 para la adquisición de recursos técnicos (muebles y material de escritorio) y humanos.

CUADRO 15: Proforma del equipo radial

CANTIDAD	DETALLE	P. U. (\$)	TOTAL \$
1	Transmisor de FM 1000 watts	5000	5000
4	Antenas dipolo	100	400
4	Cables de seis metros RG 8 con conectores	40	160
1	Divisor de potencia de 1500 watts	200	200
55	Metros de cable coaxial súper flex de 1/2	10	550
2	Conectores metálico para cable súper flex	75	150
50	Precintos para asegurar el cable coaxial	0,2	10
1	Consola de 16 canales	500	500

2	Micrófonos	100	200
50	Metros de cable para micrófono y audio	1	50
6	Pares de canon para micrófonos metálicos	4	24
2	Pedestales para micrófono cuello de ganso	25	50
1	Estabilizador de corriente de 4000 watts	500	500
1	Impresora	230	172
1	Computadora con tarjeta de sonido	1300	1000
2	Reporteras	100	200
1	Audífono	100	100
1	Micrófono de estudio	100	200
10	Pares de conectores PLUF y RCA metálicos	2	20
2	Mano de obra, técnica	250	500
	TOTAL \$us		\$us. 10.244
	TOTAL Bs		Bs.71.708

FUENTE: Hucár comunicaciones

6.4.3. Presupuesto de muebles

CUADRO 16: Lista de muebles

CANTIDAD	DETALLE	P. unid. Bs	P. total Bs
1	Librero estante	1050	1050
1	Mesa de reuniones con 6 sillas	2000	2000
1	Escritorio de 4 cajas	950	950
			TOTAL Bs. 4000

FUENTE: Elaboración propia

6.4.4 Presupuesto para el material de escritorio

CUADRO 17: Lista del material de escritorio

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P. U. (Bs)	TOTAL Bs.
Hojas tamaño carta	Paq.	12	30	360
CD, en blanco regrabables	Unid	100	1,5	150
CD, de música variada	Unid	30	5	150
				TOTAL Bs. 660

FUENTE: Elaboración propia

6.4.5. Presupuesto de sueldos

El presupuesto designado para los Ítems del personal que dirigirá la radio, será otorgado por la alcaldía, con la retribución del sueldo mínimo nacional de 1.805 bs.

CUADRO 18: Presupuesto de sueldos

DETALLE	CANTIDAD	P. U. (Bs)	TOTAL Bs.
Director	1	1.805	
Locutor	1	1.805	
Operador	1	1.805	
TOTAL Bs			5.415

FUENTE: Elaboración propia

6.5. Conclusiones

El proyecto de grado **“Implementación de un medio radiofónico Municipal enfocado en programación comunitaria para el Municipio de San Andrés de Machaca en la gestión 2015-2016”**, concluye dando cumplimiento a los objetivos general y específicos planteados en la preparación del proyecto, a través de un diagnóstico descriptivo para la implementación de la radioemisora, además de la elaboración de una propuesta de programación comunitaria.

Conclusiones a partir del objetivo general

- Elaborar una propuesta de implementación de un medio radiofónico Municipal enfocado en programación comunitaria para el Municipio de San Andrés de Machaca en la gestión 2015-2016.

El objetivo planteado se cumplió, tomando en cuenta que la propuesta fue presentada a los/as comunarios/as y autoridades del Municipio, los cuales evaluaron y aceptaron la implementación de la radio.

Conclusiones a partir de los objetivos específicos

- Conocer las necesidades y demandas de la audiencia con respecto a la implementación y programación radial.

Con entrevistas realizadas al alcalde, Mamani Mamani, se pudo identificar el problema de desinformación en los habitantes de las diferentes comunidades de San Andrés de Machaca, así mismo indicó que el área de comunicación cuenta con un presupuesto económico de Bs. 100.000 para la ejecución del proyecto.

La predisposición de la población en la encuesta realizada permitió identificar el problema y la necesidad de instalar un medio radiofónico, que ayude a mejorar la información entorno a su contexto Municipal.

- Estructurar el contenido adecuado para el diseño de los programas radiales orientados en el contexto Municipal.

Se estructuró el guión de programación radial siguiendo parámetros comunitarios, a través de experiencias adquiridas en Radio Jesús de Machaca y Radio Laja, que posteriormente fueron adecuados al contexto de San Andrés de Machaca para el diseño de programación.

- Involucrar a la comunidad en la elaboración de la programación radial.

Los talleres realizados con los grupos focales a través de trabajos de mesa y lluvia de ideas, permitieron determinar el contenido conveniente de los programas radiales como estrategia comunicacional.

- Determinar el presupuesto para la implementación de la radioemisora, los recursos humanos además del ambiente en el que se desarrollara la misma.

Con la designación de Bs. 100.000 para la ejecución del proyecto, se realizaron cotizaciones en tres tiendas especializadas con sus respectivas proformas, donde se logró adecuar el presupuesto apropiado a la designación financiera para el equipo técnico, muebles y material de escritorio, con un valor de Bs. 81.783, monto que fue aprobado por la Alcaldía para su posterior ejecución

En cuanto a los sueldos de los comunicadores que administraran la radio, la Alcaldía otorgo tres ítems, los cuales serán remunerados por el Gobierno Autónomo Municipal de San Andrés de Machaca. Así mismo, la institución, designo un ambiente apropiado en instalaciones de la alcaldía para el funcionamiento de la radioemisora.

CONCLUSIONES GENERALES

Las organizaciones Municipales, organizaciones sociales y otros desarrollan estrategias comunicacionales haciendo uso de la radio comunitaria, como herramienta de participación a favor de su Municipio y sus habitantes, para hacer visibles sus necesidades, demandas e intereses.

Dentro de las estrategias comunicacionales el proyecto ha detectado la ausencia de una herramienta de comunicación, participación e información que permite cambiar el accionar de los responsables de la organización ante la población.

- El aporte que se presenta permitirá a la alcaldía y a los/as representantes de la comunidad orientar y organizar la producción radiofónica, que tiene la finalidad de fortalecer al Municipio con participación e información de su contexto.
- La herramienta comunicacional combina tres aspectos: informativo, comunicacional participativo y comunicación organizacional.
- Lo comunicativo comprendida según Luis Ramiro Beltrán, como generadora de diálogo y participación permitiendo la igualdad y el ejercicio del derecho a la comunicación. En lo informativo permite al sujeto retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de manera determinada, y en la participación implica

el actuar de igual a igual, entre la Gobernación y los/as comunarios/as, donde ambos crearán un ambiente de diálogo y escucha.

- En lo organizacional, Fernández señala que para una comunicación efectiva dentro de una organización, debe existir una buena comunicación interna de lo contrario la comunicación externa no será efectiva.
- El aporte de Valdez O. permite demostrar que la programación radial es un medio necesario y útil, que permite una mejor comunicación, información y organización entre los/as comunarios/as y autoridades del Municipio, de esta manera llegarían a cumplir con sus objetivos Municipales.
- Finalmente, el aporte es: la propuesta del proyecto de implementación de una radio Municipal y la elaboración programas radiales comunitarios, como herramienta metodológica de comunicación, información, participación y organización, para fortalecer y promover al Municipio de San Andrés de Machaca.

RECOMENDACIONES

- El G.A.M.S.A.M. con la ejecución del proyecto, tiene la oportunidad de realizar enlaces radiofónicos con diferentes Municipios aledaños, además con el mismo departamento de La Paz y así lograr su reconocimiento.
- En cuanto al contenido de programas radiales, lo apropiado en este caso es la renovación continua. Además se debe involucrar a los/as comunarios/as de acuerdo a sus necesidades para obtener un aporte apropiado.
- La radioemisora Municipal y su programación comunitaria, puede ser utilizada por toda la comunidad, además pueden participar otros Municipios como una forma de intercambio de información e integración.
- Con el proyecto figurando en el P.O.A. se garantiza su respaldo económico anual, por tanto se recomienda que los recursos adquiridos sean utilizados para la renovación y mantenimiento de los equipos radiales.

BIBLIOGRAFÍA

- Águila, Marco. (2010). *La comunicación popular y los mini medios*. Texto consulta para los estudiantes.
- Ander, Ezequiel. (1959). *Métodos y técnicas de Investigación Social y Técnicas para la recogida de datos e Información*. Buenos Aires: Edit., Lumen Humanista.
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y el Caribe. (2006). *El cantar de la Hormigas, producción periodística en las radios comunitarias*. Buenos Aires: MARC-ALC e Interconexiones.
- Ayma, Donato. (1990). *Comunicación Alternativa, la otra Comunicación Distinta*. La Paz-Bolivia.
- Benito, Ángeles. (1982). *Fundamentos de Teoría General de la Información*. Madrid: Edit. Pirámide S.A. Universidad Complutense.
- Benito, Ángeles. y otros. (1972). *Medios de comunicación social*. Madrid: Gran Enciclopedia Rialp.
- Beltrán, Luis Ramiro.(1979).ensayo *Adiós Aristóteles La Comunicación Horizontal*. Michigan-EEUU.: Edit. Univ., (traducción en español 1991).
- Cebrián, M. (1995). *Información Radiofónica. Mediación Técnica, Tratamiento y Programación*. Madrid: Edit. Síntesis.
- Centro de Formación Erboleduca, (2010). *Construyendo el mensaje radiofónico el género y el formato”*. Bolivia: Edit. ERBOL.

- Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional. (2008). *Comunicación Empresarial, plan Estratégico como herramienta Gerencial*. La Sabana- Colombia: Edit. ECOE. Univ.
- Cerda, Hugo. (1995). *Los elementos de la Investigación. como reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Santa Fe de Bogotá: Edit. El Búho.
- Debus, Mary. (1995). *Manual para excelencia en la Investigación mediante grupos focales*: Ed. 1ra.
- De Moragas, Miguel. *Semiótica y Comunicación de Masas*. Lima- Perú: Edit. Separata Univ. De Lima.
- Del Valle, Cecilio. (1997). *Comunicación participativa: Aproximaciones desde América Latina Redes*.
- Fernández, Carlos. (1991). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Edit. Trillas.
- Freire, Paulo. (1970). *Pedagogía del Oprimido*.
- Hernández, Roberto. y otros. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Edit. McGraw-Hill Ed. Tercera.
- Instituto Nacional de Estadística 2011.
- León, Liliana., otros. *Manual para el Diseño Participativo de Estrategias de Comunicación*. Costa Rica: Edit. Centro de Comunicación Voces Nuestras.

- López, Jose. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito-Ecuador: Edit. ALER, AMAR, PROA.
- Moreno, Elsa. *Comunicación y Sociedad*. Universidad de Navarra.
- Moreno, Antonio. & Ignacio. (2009). *Investigación Social*. La Paz- Bolivia: Ed. Primera, Edit. Cameo.
- Múnich, Ángeles. (1997). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México: Edit. Trillas.
- Pascuali, Antonio. (2000). *Comprender la Comunicación*. México D.F.: Edit. Monte aula.
- Pierre Zutte.(1986) ¿Cómo Comunicarse con los Campesinos? Lima - Perú, Edit. Horizonte 2da.
- Plan de Desarrollo Municipal San Andrés de Machaca 2012 – 2016.
- Portugal, Rigliani. *Introducción a la Investigación*, La Paz- Bolivia, Doc., fotocopia.
- Programa de Apoyo a la Democracia Municipal 2012.
- Reyes, Jaime. (1990). *Radiodifusión en Bolivia*. La Paz - Bolivia: Edit. Oficinas de Servicios y Asesoramientos a Proyectos (O.S.A.P.) y Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL).
- Rodero, Emma. (2013). *Producción Radiofónica*. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/>

- Torrico, E. (2004) *Abordajes y Periodos de la Teoría de la Comunicación*. Colombia: Edit. Norma
- Valdés, Orlando. (2006). *La radio: fundamentos básicos*. Oruro-Bolivia: Edit. Kipus.

DIAGRAMA DE GRANNT

NOMBRE DEL PROYECTO:

Nro.	Actividades	Fecha		Duración											
		Inicio	Término	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agost	Sept	Oct	
1	Aprobación del perfil "Proyecto de Grado"	17-03-14	11-12-14	X											
2	Recopilación de información	05-01-15	20-01-15		X										
3	Diagnóstico del estudio a través de Métodos y Técnicas de Investigación	15-01-15	17-01-15		X										
4	Análisis del Diagnóstico	20-01-15	24-01-15		X										
5	Desarrollo de la planificación estratégica operativa (preparación, ejecución)	05-03-15	20-05-15				X	X	X						
6	Elaboración y diseño de la propuesta comunicacional	23-05-15	02-06-15						X	X					
7	Pre evaluación y evaluación del contenido de programas radiofónicos	04-06-15	21-07-15							X	X				
8	Redacción del documento final		27-08-15									X			

ANEXOS 1
MUNICIPIO DE SAN ANDRES DE MACHACA



Figura 6. Plaza Ayllu San Andrés de Machaca



Figura 7. Alcaldía de San Andrés de Machaca



Figura 8. Plantel administrativo de la Alcaldía

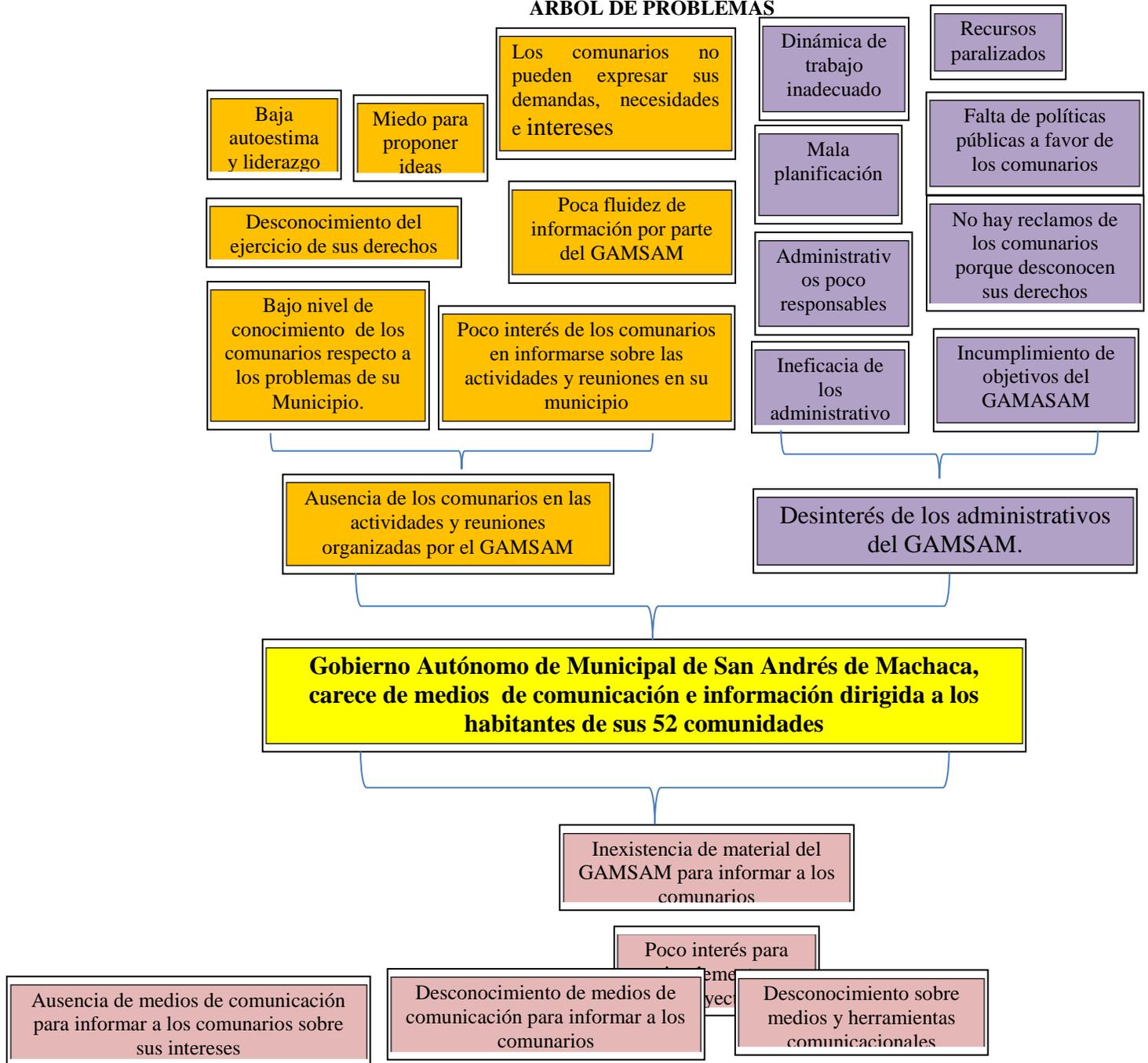


Figura 9. Mallkus de las Comunidades de San Andrés de Machaca

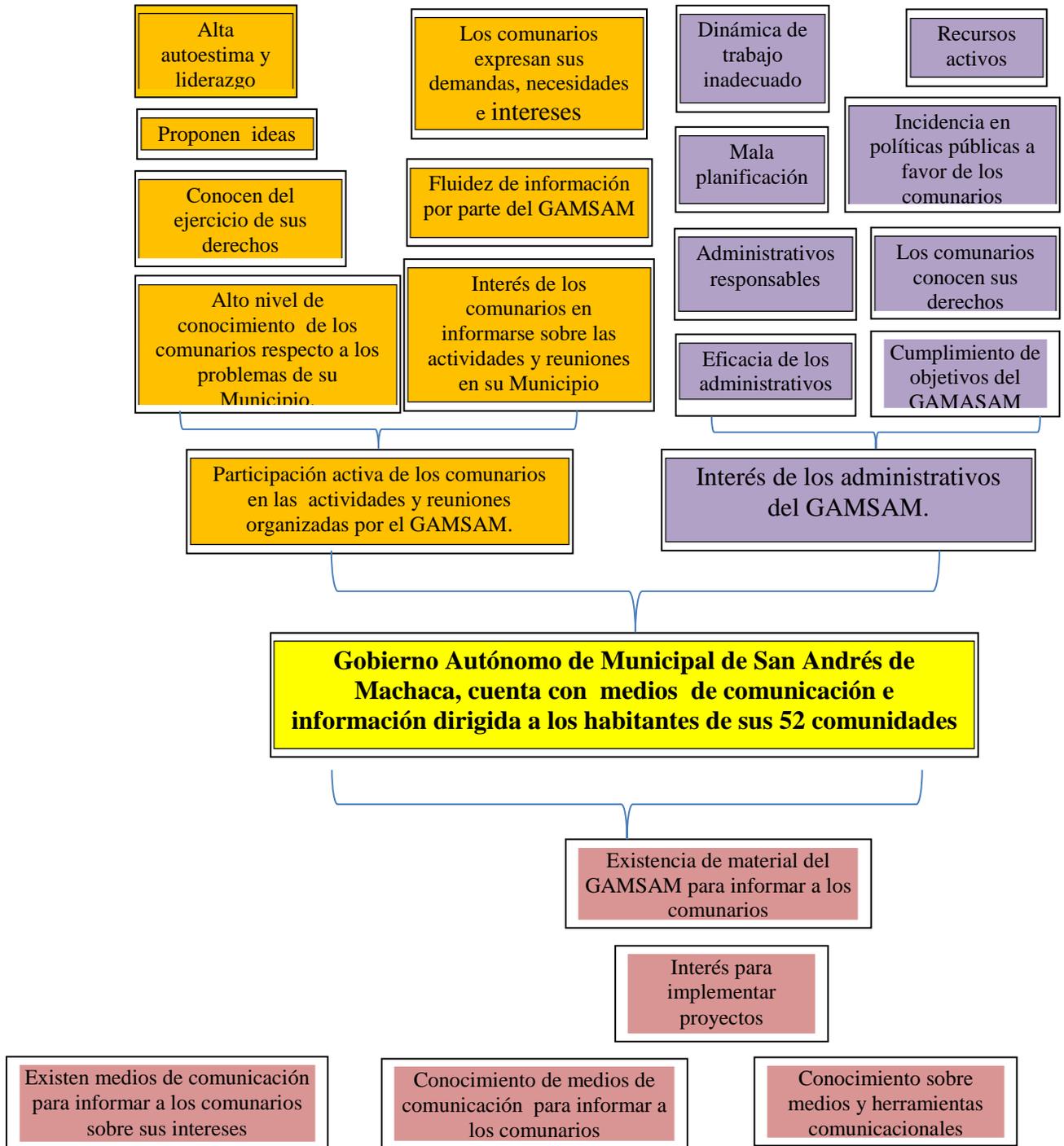
ANEXOS 2

ARBOOL DE PROBLEMAS Y ARBOOL DE OBJETIVOS

ARBOL DE PROBLEMAS



ARBOL DE OBJETIVOS

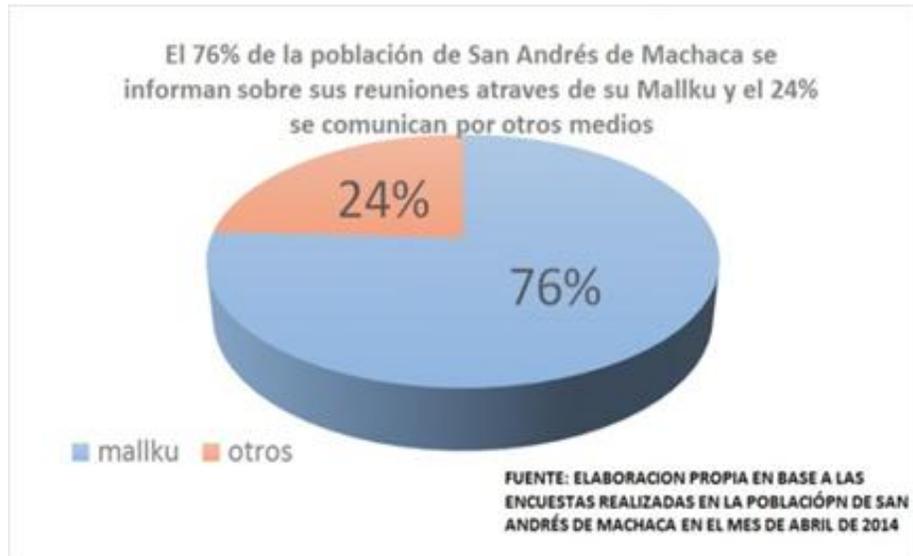


ANEXOS 3

PREDIAGNOSTICO ABRIL – 2014



FUENTE: Toma fotográfica propia 20-02-14



FUENTE: Elaboración propia, pre-diagnostico 2014.

ANEXOS 4

ENCUESTA REALIZADA 15 AL 17 DE ENERO DEL 2015

ENCUESTA Nro.1

PERFIL

Edad.....

Sexo: M F

INTRUCCIONES: Lee cuidadosamente las preguntas y elige la más adecuada.

1 ¿Cuál es su ocupación actual?

- a. Agricultura
- b. Ganadería
- c. Estudiante
- d. Ama de casa
- e. Otro.....

INFORMACIÓN

2 ¿Porque medio se informa sobre las actividades del Municipio?

- a. Mallku
- b. Reuniones
- c. Colegio

3 ¿Asiste a las reuniones del Municipio?

SI NO

INFORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN

4 ¿Participa en las capacitaciones que ofrece el Municipio en salud, educación y derechos?

SI N

5 ¿Por qué?

- a. No me entero
- b. Falta de tiempo
- c. Por la distancia
- d. Me gustan las dinámicas
- e. Por los folletos
- f. Aprendo algo nuevo

PROPUESTAS

6 ¿Si el Municipio implementara una Radio Municipal la sintonizaría?

SI

NO

7 ¿Por qué?

- a. Información del Municipio
- b. Servicio comunitario
- c. Leyendas
- d. Música

8 ¿Participaría en programas radiales del Municipio?

SI

NO

9 ¿De qué manera participaría en la radio?

- a. Locutor
- b. Reportero
- c. Debates
- d. Operador

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

ANEXOS 5

ENCUESTA REALIZADA AL MUNICIPIO DE SAN ABDRÉS DE MACHACA



Figura 10. Encuesta a la promoción 2015 del Colegio de San Andrés de Machaca



Figura11. Encuesta a la pre- promoción 2015 del Colegio de San Andrés de Machaca



Figura 12. Encuesta a informantes clave (Ayllu San Andrés de Machaca)



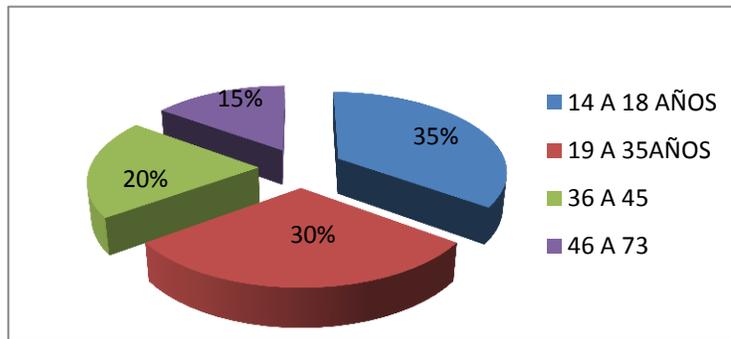
Figura 13. Encuesta a Administrativo de la Alcaldía (Ayllu San Andrés de Machaca)

ANEXOS 6
GRAFICOS DE LA ENCUESTA PARA LA ESTRATEGIA
COMUNICACIONAL

V. PERFIL

GRÁFICO 11

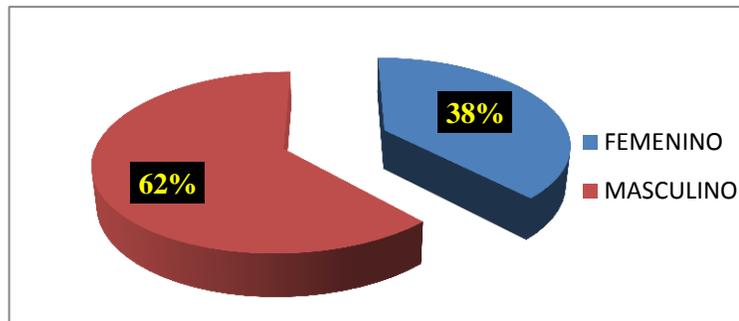
4. Edad



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

GRÁFICO 12

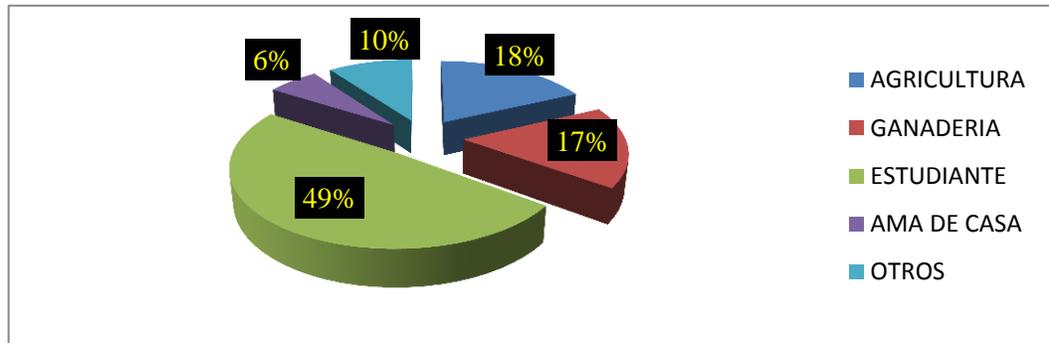
1. Sexo



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

GRÁFICO 13

1. ¿Cuál es su ocupación actual?

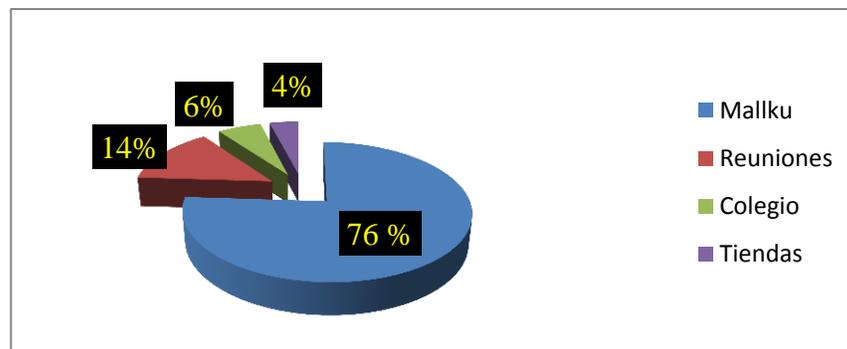


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

VI. INFORMACIÓN

GRÁFICO 14

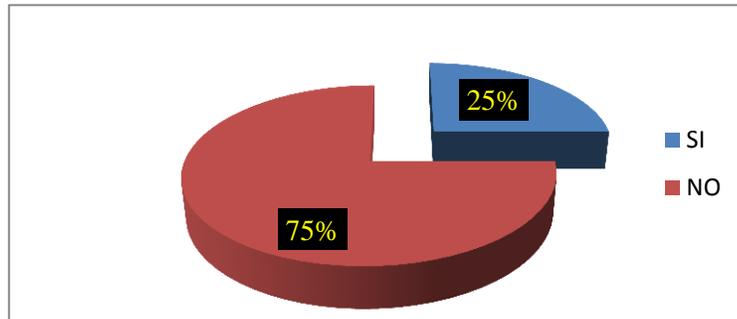
2. ¿Porque medio se informa sobre las actividades del Municipio?



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

GRÁFICO 15

4. ¿Asiste a las reuniones del Municipio?

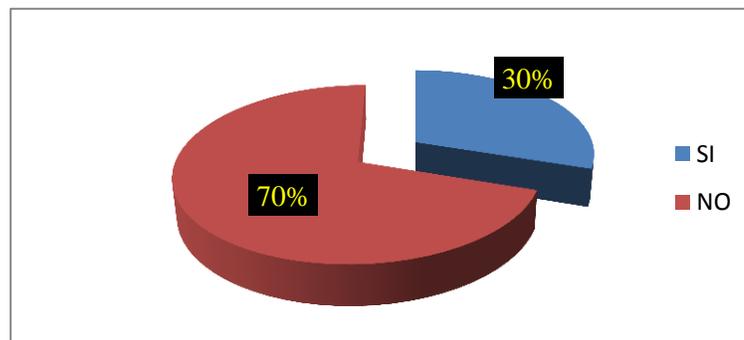


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

VII. INFORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN

GRÁFICO 16

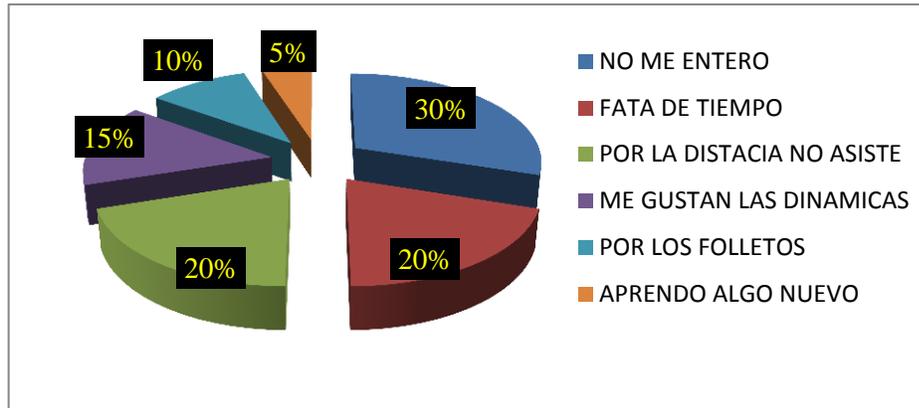
3. ¿Participa de las capacitaciones que ofrece el Municipio en salud, educación y derechos?



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

GRÁFICO 17

1. ¿Por qué?

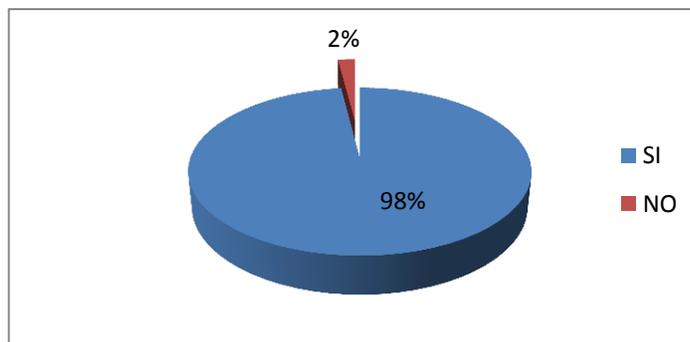


FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

VIII. PROPUESTAS

GRÁFICO 18

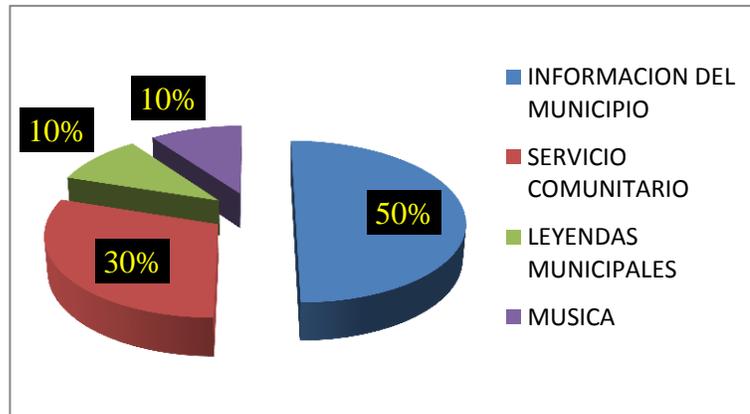
5. ¿Si el Municipio implementara una Radio Municipal la sintonizaría?



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

GRÁFICO 19

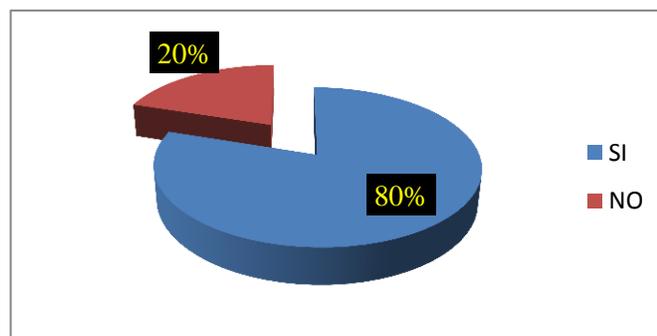
1. ¿Por qué?



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2014

GRÁFICO 20

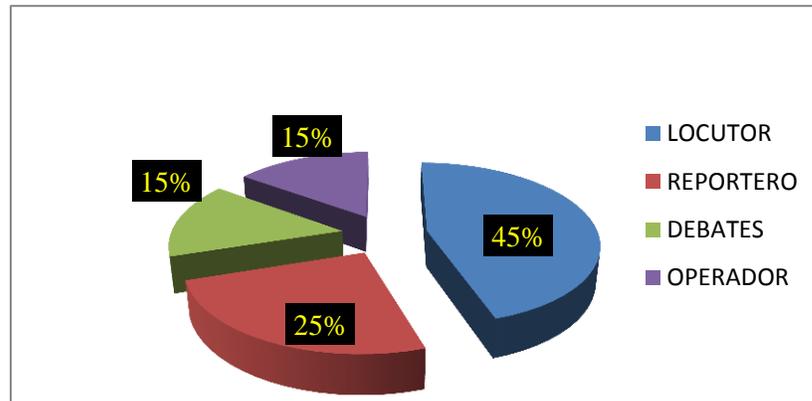
1. ¿Participaría en programas radiales del Municipio?



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

GRÁFICO 21

6. ¿De qué manera participaría?



FUENTE: Elaboración propia en base a datos obtenidos 2015

ANEXSO 7

GUIA DE ENTREVISTA

1 ¿Cual considera usted que es la causa principal de la desinformación en el Municipio?

.....
.....

2 ¿Según usted que problemas genera la falta de información Municipal?

.....
.....

3 ¿De qué manera afecta este problema de desinformación al G.A.M.S.A.M?

.....
.....

4 ¿Cómo cree que se podrían solucionar estos problemas comunicacionales?

.....
.....

ANEXOS 8

GRABACION DE LA ESTRATEGIA COMICACIONAL - MUNICIPIO DE JESUS DE MACHACA



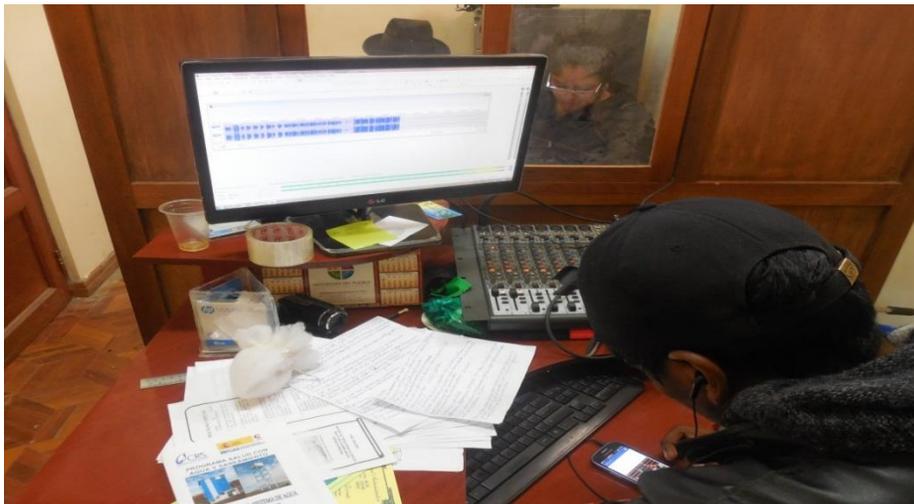
FUENTE: Toma fotográfica propia 15 y 16 de julio del 2015



FUENTE: Toma fotográfica propia 15 y 16 de julio del 2015



FUENTE: Toma fotográfica propia 15 y 16 de julio del 2015



FUENTE: Toma fotográfica propia 15 y 16 de julio del 2015

ANEXO 9

EVALUACION DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL



FUENTE: Toma fotográfica propia 15 y 16 de julio del 2015



FUENTE: Toma fotográfica propia 15 y 16 de julio del 201

ANEXO 9

EVALUACION DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

CUESTIONARIO

1. ¿Está conforme con la programación radial?

SI

NO

2. ¿Qué opina de la programación radial?

EXCELENTE

BUENA

REGULAR

3. ¿Participaría en los programas radiales?

SI

NO

4. ¿Acudiría a la radio para acceder a sus servicios publicitarios y de opinión?

SI

NO

5. ¿Estaría dispuesto a colaborar económicamente a la radio, por la emisión de anuncios publicitarios de su institución u organización?

DETALLE DE AVISOS	PRECIO SEMANAL
	Bs.
AVISOS PERSONALES	9
AVISOS INSTITUCIONALES Y DE ORGANIZACIONES	15
CAMPAÑAS SALUD	75
CAMPAÑAS G.A.M.S.A.M	75
CAMPAÑAS POLITICAS	87,5
PUBLICIDAD MUNICIPAL	37,5
PUBLICIDA COMERCIAL	75

